



LUNDS
UNIVERSITET
Socialhögskolan

Big no no eller no big deal?

En kvalitativ studie om unga mäns föreställningar om att
köpa sex

Natalie Tellin och Lovisa Hansson

Kandidatuppsats SOPA 63

VT 2017

Antal ord: 12171

Handledare: Anna Rypi

Abstract

Authors: Natalie Tellin and Lovisa Hansson

Title: Big no no eller no big deal?

Supervisor: Anna Rypi

Assessor:

This study focuses on the demand side of prostitution and sex-trafficking. The aim is to examine how young men construct the purchase of sex in the male peer group. We did six qualitative interviews with Swedish men between 20 and 30 years of age and used the theory of sexual scripts and stigma to analyse them. Through this, we could obtain that there is male peer groups where buying sex is constructed as “no big deal” and is something that reinforces the masculinity of the individual. In this group women who sell sex are constructed as "attractive girls you want to have sex with" which explains that purchasing sex is a part of a male sexual script. There is also male peer groups that construct the purchase of sex as a “big no no” and where buying sex is seen as something dirty. In these groups the issue of sex trafficking is addressed and there is a tendency to construct women who sells sex as victims, which prevents the purchase of sex to be constructed as something desirable. In addition to this we can conclude that young Swedish men are more likely to buy sex when they are visiting a country where there is a more liberal approach to purchasing sex.

Key words: prostitution, demand, masculinity, male peer groups, sexual scripts

Förord

Under socionomutbildningen har vi inte fått utrymme att utforska ämnen som prostitution och trafficking, därför var vi intresserade av att fördjupa oss i detta när vi fick chansen att välja själva. När vi började söka inom ämnet fann vi att majoriteten av litteraturen handlade om den sexsäljande kvinnan och inte den sexköpande mannen. Att problematisera mäns upprätthållande av sexindustrin var därför en intressant utgångspunkt för vårt arbete.

Vi vill börja denna "tacksägelse" med att tacka varandra för många roliga och intressanta stunder. Vi gick in i denna era med en medvetenhet om att ett uppsatsskrivande kunde slita vår vänskap itu eller möjligtvis göra den starkare. Här står vi två månader senare, efter blod, svett och tårar med en vänskap starkare än någonsin. Tack till våra nära och kära som stått ut och stöttat oss i vårt uppsatsskrivande, ni är guld. Tack Göteborg för alla produktiva stunder på bibliotek, caféer och pubar. Vår uppsats hade dock inte varit möjlig att genomföra utan våra respondenter som ställt upp på intervjuer och givit oss en stimulerande empiri. Slutligen vill vi tacka vår handledare Anna Rypi som väglett och hjälpt oss i mål.

Lovisa Hansson & Natalie Tellin

Göteborg 2017-05-19

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Problemformulering.....	5
1.2 Syfte och frågeställningar.....	7
1.3 Begreppsmässiga klargöranden.....	7
1.3.1 Sexköp, sexköpare och sexsäljare.....	7
1.3.2 Sexköpslagen.....	7
1.3.3 Maskulinitet.....	8
2. Kunskapsläget	9
2.1 Artikel och litteratursökning.....	9
2.2 Vem köper sex?.....	9
2.3 Sexköp och maskulinitet.....	10
2.4 Attityder till sexköp i Sverige.....	11
2.5 Sexköp utomlands.....	12
2.6 Okunnighet.....	12
3. Teoretiska utgångspunkter	13
3.1 Sexuella script.....	13
3.2 Stigma.....	15
4. Metod	17
4.1 Metodologiska överväganden.....	17
4.2 Metodens förtjänster och begränsningar.....	18
4.3 Urval och tillvägagångssätt.....	19
4.4 Analysmetod.....	21
4.5 Studiens tillförlitlighet.....	21
4.6 Vår roll i studien.....	22
4.7 Forskningsetiska överväganden.....	23
4.7.1 Informationskravet.....	23
4.7.2 Samtyckeskravet.....	23
4.7.3 Konfidentialitetskravet.....	23
4.7.4 Nyttjandekravet.....	24
5. Analys och resultat	25
5.1 Respondenterna.....	25
5.2 Big no no eller no big deal?.....	25
5.3 En annan verklighet.....	30
5.4 Legitimerande föreställningar om den manliga sexualiteten.....	32
6. Slutdiskussion	34
Referenser	37
Bilaga 1	41
Bilaga 2	42

1. Inledning

1.1 Problemformulering

Prostitution är en stor del av den globala människohandeln och har de senaste decennierna ökat explosionsartat (Yen 2008). En ökning som beror på globaliseringen, men även ekonomiska förändringar i öst (Strandberg 2004 s. 24). I Sverige är offren för det mesta unga kvinnor från öststaterna och andra ekonomiskt utsatta länder. Kvinnorna transporteras till Sverige och övriga Västeuropa av kriminella ligor och säljs för sexuella ändamål (Yen 2008) på internet och gatan (Länsstyrelsen 2014). Regeringen (2016) uppskattar att det i dagsläget i Europa finns 140 000 kvinnor som varje dag utnyttjas sexuellt i trafficking och i Sverige är tre av fyra sexsäljande kvinnor från fattiga länder. Ekberg (2004) menar att hallickar, människohandlare och sexköpare medvetet utnyttjar dessa kvinnors utsatta situation orsakad av fattigdom, ojämlikhet och arbetslöshet.

Enligt FNs samordningsgrupp för människohandel (ICAT 2014) fokuserar insatser för att stoppa människohandel ofta på att minska utbudet, t ex. informationsinsatser för riskgrupper i hemländer. Men det finns få bevis på att detta är en effektiv metod, eftersom sådana insatser istället förflyttar problemet till andra platser, men minskar inte dess omfattning. Det är därför viktigt att fokusera på att minska efterfrågan om man vill åstadkomma effektiva förebyggande insatser. Rikspolisstyrelsen (2014) menar också att det är efterfrågan på sexuella tjänster som styr prostitutionens omfattning. En ökad efterfrågan gör att prostitutionen ökar. Sveriges sexköpslag - införd 1999 - syftar just till att minska efterfrågan. Om sexköpet anses som en kriminell handling minskar efterfrågan och marknaden blir mindre gynnsam för människohandlare. Utgångspunkten för lagen är att sexköp är ett våldsbrott och ett uttryck för mäns förtryck av kvinnor och intentionen var att påverka den allmänna attityden till sexköp genom göra sexköp straffbart (Ekberg 2004). Om sexköp innebär ett stigma i ett samhälle, borde det leda till ett minskat utbud och en minskad efterfråga (Jakobsson och Kotsadam 2011). Sveriges inställning till prostitution beskrivs som abolitionistiskt, vilket innebär att staten har en syn på att prostitution ska avskaffas genom att kriminalisera sexköparna och verksamheter som sysslar med prostitution, men inte de som säljer sex (Sandberg 2004 s. 26). Norge, Finland och Island, har också infört en abolitionistisk lagstiftning medan resten av Europa har en mer liberal inställning där prostitution är lagligt (Kuosmanen 2011)

De som står för efterfrågan på sexköp är i allra största majoritet män och alla ålders- och yrkesgrupper är representerade bland svenska manliga sexköpare (CTOC 2009, Ekberg 2004). Studier om prostitution fokuserar ofta på den kvinnliga sexsäljaren och inte på den manliga konsumenten (Marttila 2008). I den forskning som gjorts har ett samband mellan den sociala konstruktionen om maskulin identitet och viljan att köpa sex identifierats (CTOC 2009). Herz och Johansson (2011) menar att det saknas forskning på hur män ser på föreställningar om att maskulinitet kan vara kopplat till destruktiva beteenden, exempelvis sexköp. Hur män förhåller sig till andra män är viktigt att undersöka för att se varför en viss typ av maskulinitetsideal uppstår i en viss kontext och hur vissa typer av beteenden kan fortgå. Det är problematiskt att få fram tillförlitlig statistik på hur sexhandeln ser ut i Sverige idag, till följd av att sexhandeln pågår illegalt och är därav svårt att få en sanningsenlig bild av problemets verkliga omfattning i form av statistik (Sandberg 2004 s24) men enligt Länsstyrelsen (2014) har 7,5 % av svenska män någon gång köpt sex. Simon Häggström (2016) spaningsledare inom Stockholmspolisens prostitutionsgrupp har gett ut boken *Skuggans lag – en spanares kamp mot prostitutionen* där han berättar att det inte är ovanligt att Stockholmspolisen griper unga män som köper sex.

Regeringens före detta sakkunnige inom människohandel Gunilla Ekberg (2004) menar att prostitution och människohandel för sexuella ändamål är tätt sammankopplade. I de allra flesta fall när kvinnor rekryteras eller köps av människohandlare är det med syftet att sälja dem till prostitutionsindustrin. Denna studie utgår alltså från att prostitution är ett socialt problem och att efterfrågan på att köpa sex påverkar dess utbredning. Därför blir det intressant att undersöka unga mäns föreställningar och åsikter om att köpa sex och hur normer skapas i den manliga gruppen. Sveriges sexköpslag syftar till att etablera normen att kvinnors kroppar inte är en handelsvara, men det tar många år innan man kan se effekterna av en lags normativa effekter (Ekberg 2004). Sexköpslagen är idag snart 20 år gammal och vi vill därför undersöka män som vuxit upp med lagen och vad de har för föreställningar om prostitution och köp av sexuella tjänster. Därav har vi valt att intervjua unga män i åldrarna 20-30 år som är uppvuxna i Sverige.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur unga mäns kollektiva föreställningar om sexköp konstrueras i olika manliga kamratgrupper. Frågeställningarna lyder:

1. Hur kan unga mäns kollektiva föreställningar om sexköp förstås utifrån teorier om stigma och maskulinitetsnormer?
2. Hur kan dessa föreställningar förstås som uttryck för olika sexuella script?

1.3 Begreppsmässiga klargöranden

1.3.1 Sexköp, sexköpare och sexsäljare

I Svenska akademins ordbok (2017) definierar man *sexköp* som “utnyttjande av en prostituerades tjänster mot betalning” och det är även detta vi lägger i begreppet i denna studie. I intervjuerna är vi ute efter respondenternas egna förklaringar av sexköp så när begreppet används i citaten är det möjligt att det ligger en annan innebörd i det. Alla respondenter verkade överens med den allmänna beskrivningen av att det var köp av sexuella tjänster från en sexsäljare men alla beskrev det inte som ett utnyttjande utan mer som ett utbyte av tjänster. Som nämnt ovan är den allra största gruppen *sexköpare* män och den allra största gruppen *sexsäljare* är kvinnor. I denna uppsats kommer därför sexköpare vara synonymt med *manliga* sexköpare och sexsäljare syftar på *kvinnliga* sexsäljare. Denna studie begränsar sig även till heterosexuell prostitution och kommer därför bara fokusera på män som köper sex av kvinnor.

1.3.2 Sexköpslagen

Att köpa sex är inte lagligt i Sverige och i brottsbalken 6 kap 11 § står följande:

Den som, i annat fall än som avses förut i detta kapitel, skaffar sig en tillfällig sexuell förbindelse mot ersättning, döms för köp av sexuell tjänst till böter eller fängelse i högst ett år (SFS 2005:90).

Det abolitionistiska perspektivet på prostitution, som Sverige har anammat, menar att våld är en del av prostitutionen och att en legalisering av sexköp är detsamma som att acceptera våld mot kvinnor. Indirekt att en legalisering av mäns våld mot kvinnor befäster männens maktmissbruk av kvinnor och ger samhället tillåtelse att sexuellt objektifiera kvinnan och använda henne som handelsvara. En kriminalisering genom en sexköpslag minskar istället

efterfrågan av sexköp, vilket som i längden kommer minska människohandeln för sexuella tjänster (Strandberg 2004 s. 22-23).

1.3.3 Maskulinitet

Det finns fler än en *maskulinitet* och i denna studie kommer begreppet maskulinitet användas som ett samlingsbegrepp för de gemensamma föreställningar som finns om hur manlighet ska se ut och om hur män bör vara. (se Herz och Johansson 2011). Alla lägger inte samma betydelse i begreppet eftersom de karaktärsdrag och handlingsmönster som ingår i dessa föreställningar är under ständig kollektiv förhandling. Maskulinitet är alltså något socialt konstruerat som förändras över tid och ser olika ut beroende på var i världen man befinner sig (Gottzén och Jonsson 2012). När pojkar och unga män växer upp lär de sig att anpassa sig till de föreställningar som finns om manlighet av människor omkring dem. Detta ger dem riktlinjer för hur de ska bete sig för att vara en man, vilket kan innebära att vara stark, självsäker, effektiv, dominant, aggressiv, modig och ha en bra sexuell förmåga. Dessa egenskaper är ofta en del av en idealiserad maskulinitet (Grazian 2007). En av de mest betydande teoretikerna inom maskulinitetsforskningen är Raeewyn Connell som menar att det finns en idealiserad maskulinitet som ser olika ut i olika kulturer - en *hegemonisk maskulinitet*. Detta maskulinitetsideal kan ibland vara skadliga för både män och kvinnor och legitimera handlingar som ger uttryck för mäns överordning och kvinnors underordning (Nilsson 1999). I nästa avsnitt kommer det vidare förklaras vilken typ av maskulinitet som kan kopplas till sexköp utifrån tidigare forskning. Maskulinitet kommer även kopplas till hur mäns sexuella beteende konstrueras i avsnitt 3.

2. Kunskapsläget

Vi hittade väldigt lite relevant litteratur som handlade specifikt om unga män och sexköp. De teorier och den tidigare forskning som redovisas i detta avsnitt syftar till att ge oss och läsarna en förståelse för hur attityderna till sexköp och sexköpslagen ser ut i Sverige och i andra länder, men också hur sexköp kan vara kopplat till föreställningar om maskulinitet. Mäns syn på sexsäljande kvinnor finns också med eftersom föreställningen om den kvinnliga kroppen som en handelsvara är centralt för att sexindustrin ska upprätthållas (se Huysamen och Boonzaier 2014). Studien om sexköp utomlands är intressant eftersom forskning indikerar att de flesta sexköpen av svenskar sker i ett annat land än Sverige.

2.1 Artikel och litteratursökning

Vi inledde litteratursökningen med att låna böcker om prostitution på universitetsbiblioteken i Göteborg och vi letade då efter vad som skrivits om sexköpare och hittade bland annat *Könsköparna* (Sandell et al 1996) och *Köpa och sälja sex* (Garofalo Geymonat 2016). När vi sökte vidare på LUBsearch och Google Scholar använde vi sökorden *prostitution, purchase of sex, buy sex* och kombinerade dem med *masculinity, attitudes* och *demand*. Vi hittade även fler studier via relevanta studiers källor. Vi valde ut de studier som skulle hjälpa att ringa in fenomenet sexköpande män med intentionen att urvalet skulle vara både svenska och internationella studier.

2.2 Vem köper sex?

Sexköpare är en väldigt heterogen grupp som täcker in allt från affärsmän, småbarnsföräldrar och den nordiska forskningen menar att sexköparen är en socioekonomiskt genomsnittlig man. Studier av manliga sexköpare visar att det inte är en identifierbar subgrupp. Män som köper sex skiljer sig inte från andra män varken i ålder, socioekonomisk status eller sexuell historia (Socialstyrelsens 2007, Sandell et al 1996 s. 272, Pitts et als 2004). Här följer ett citat från betänkandet *Prostitution i Sverige* (SOU 1981:71)

Prostitution är en kollektiv mansfråga i den mening att män från skilda samhällsklasser och med olika motiv går till prostituerade kvinnor. Det är många olika "sorters" män som finns i kvinnors beskrivningar, men det är de "normala, vanliga" som dominerar bilden, inte de annorlunda (SOU 1981:71 s. 17).

Forskning visar också att män ofta motiverar sitt sexköp med fysiska behov av sex och viljan att variera och experimentera sexuellt (Garofalo Geymonat 2016 s. 119-120).

2.3 Sexköp och maskulinitet

Professor emeritus i kvinnostudier Janice G. Raymond (2004) skriver att det finns myter om att män har en större sexualdrift än kvinnor och att det är naturligt att de köper sex om behovet inte blir tillgodosett på annat vis. Dessa myter är till för att rationalisera mäns sexköp och konstruera prostitution som ofrånkomligt. Här följer tre studier från olika länder som alla kopplar sexköp till föreställningar om maskulinitet.

Huysamen och Boonzaier (2014) intervjustudie med manliga sexköpare i Sydafrika visar att det i sexköparnas narrativ finns en koppling mellan sexköp och en dominant maskulinitetsdiskurs. I deras berättelser om sexköps-erfarenheter konstruerar de en hegemonisk maskulinitet och bekräftar sin manliga dominans och heterosexualitet. För att förklara sina sexköp använde de en diskurs där maskulinitet är kopplat till ett okontrollerbart behov av sex. Att det finns en biologisk förklaring till att alla män behöver ha sex regelbundet var självklart för de intervjuade männen och därför blir sexköp ett sätt för dem att uppnå ett maskulinitetsideal.

Gómez-Suárez, Pérez-Freire och Verdugo-Matés (2016) undersökte varför män i Spanien köper sex och delade då in sexköpande män i fyra olika grupper baserat på vad de anger för orsak till att de köper sex. Studiens resultat visar att män inte köper sex huvudsakligen för att uppleva tillfällig njutning eller för att de söker kvalitet på sex, utan sexköp används av männen för att förstärka maskuliniteten inför manliga kamrater. Det är vanligt att de tillsammans åker till ställen där det finns prostitution och det finns en överenskommelse om att det som händer där inte förs vidare utanför gruppen. Konstruktionen om en maskulinitet som innefattar dominans, övertag och ett aktivt sexliv gör att männen vill visa upp för den manliga gruppen att de köpt sex och har det som en - troligtvis omedveten - strategi att förstärka den egna maskuliniteten.

I Alikhadzhievas (2010) studie om attityder till prostitution i Ryssland svarade en tredjedel av männen att de köpt sex och den generella inställningen bland både män och kvinnor var att mäns köp av prostituerade är accepterat. Det ingår i en maskulinitetsnorm och handlingen

bekräftar mäns sexuella förmåga. Ungas attityder till prostitution är mer positiv än innan och det ses som mindre socialt avvikande. Synen på prostituerade kvinnor är genomgående negativ men social utsatthet används ofta som förklaring till att kvinnor prostituerar sig.

2.4 Attityder till sexköp i Sverige

Studier visar att sexköpslagen har haft minimal påverkan på människors attityder till sexköp. Kotsadam och Jakobsson (2014) undersökte om man genom att kriminalisera sexköp kan ändra efterfrågan på att köpa sex och om det i så fall har att göra med att den har förändrat attityder eller med att det nu finns en risk att åka fast om man köper. Genom att jämföra Sverige med Norge, där sexköp blev olagligt 2009, och Danmark där sexköp är lagligt, såg de att Sverige hade lägst andel sexköpare och att Danmark hade högst. Även om de inte kan påvisa ett orsakssamband indikerar resultaten att sexköp är vanligare där det är lagligt än där det är illegalt. Attityderna till prostitution var mest negativa i Sverige, därefter Norge och sedan Danmark där den var mest positiv. Resultatet visar även att de individer som anser att sexköp är omoraliskt köper mindre sex. I Norge rapporterade färre att de kände någon som hade köpt sex efter lagen införts än före men det finns inga indikationer på att en sexköpslagen ändrar attityder. Lagen verkar dock minska efterfrågan på sexköp och därför blir slutsatsen att det är risken för att bli upptäckt och få ett straff som hindrar människor att köpa sex.

I Svedin et al (2012) befolkningsbaserade studie om attityder till prostitution i Sverige svarade 10,2 % av männen att de någon gång hade köpt en sexuell tjänst. 80 % av dem svarar att det senaste köpet skedde utomlands. Få av dem rapporterade att sexköpslagen ändrat deras beteende. När de jämför frekvensen av personer med sexköpserfarenheter med en undersökning som gjordes 1996 ser man att procentantalet minskat något. Genom kartläggning av prostitutionsgrupperna i Malmö, Göteborg och Stockholm kan man se att de verksamheterna haft kontakt med färre personer i prostitution än föregående tioårsperiod och drar utifrån det slutsatsen att gatuprostitutionen har minskat sen sexköpslagen infördes 1999. (Men de identifierar att den ökade användningen av internet kan vara en av förklaringarna till detta). Studien visade också att 82 % svarade att de trodde det var skadligt för kvinnor att sälja sex. 82,1 % svarade att de som säljer sex gör det på grund av ekonomiska eller sociala problem. 23 % tycker inte att myndigheter ska reglera prostitution mellan vuxna.

I Kuosmanens (2011) studie var majoriteten av svenskarna positiva till sexköpslagen. 78 % av kvinnorna och 60 % av männen ville behålla den. Samma undersökning visade att attityderna till sexköpande män inte har förändrats på grund av lagen, snarare att de individens existerande inställning förstärkts. Av de som var negativa till sexköp innan lagen kom var det 67 % som behöll sin inställning och 32 % som blev mer negativa, och av de få (1 %) som var positiva till sexköp svarade de flesta att de var lika positiva efter lagen införts. Av de som var neutrala innan lagen var det 89 % som förblev neutrala. De flesta (43 %) trodde att antalet sexköpare inte hade förändrats på grund av lagen och 37 % trodde att de hade blivit fler. 88 % av männen svarade att de aldrig köpt, funderat på att köpa eller fantiserat om att köpa sex. 8 % (34 män) svarade att de har erfarenhet av att köpa sex och av dessa svarade 71 % att det senaste köpet hände utomlands. Av de 34 män som köpt sex svarade fem stycken att de slutade köpa efter sexköpslagen införts.

2.5 Sexköp utomlands

I studierna ovan kan man utläsa att majoriteten av svenska sexköpare svarar att det senaste sexköpet skedde i ett annat land än Sverige. Marttilas (2008) studie om finska mäns sexköp över nationsgränser visar att när nordiska män åker utomlands sker sexköpen i "en annan verklighet" där man inte tar med de värderingar och den moral man har i sitt nordiska hemland. Resultatet visar att när männen åkt till ett land där synen på prostitution är mindre restriktiv är de benägna att känna sig fria från sina vanliga ansvar och kan agera "fullständigt själviskt" på en plats där de traditionella könsrollerna fortfarande råder. Bland nordiska manliga sexköparna finns en längtan efter en heterosexuell manlig hegemoni. Det finns en benägenhet att sexualisera kvinnan som är marginaliserad och bilden av den prostituerade kvinnans självklara underlägsenhet förklarar männens objektifiering och oförmåga att se kvinnorna som individer.

2.6 Okunnighet

I Socialstyrelsens (2007) internetkartläggning och intervjustudie kan man se att det är vanligt bland sexköpande män att uttrycka att de aldrig skulle köpa sex av en kvinna som var offer för människohandel. Göteborgspolisens traffickingrupp menar dock att det finns en omedvetenhet och naivitet hos sexköpare som gör att de inte känner till något om sexsäljarens situation. Svedin och Wadsby (2014) skriver i sin *Kunskapsöversikt beträffande interventioner mot prostitution* att det inte finns studier på insatser för att förhindra människor

från att börja köpa sex men att de föreslår informationsarbete både i skolor och i massmedia som förebyggande insats. Informationen skulle handla om prostitutionens baksidor och den svenska sexköpslagen.

3. Teoretiska utgångspunkter

I detta avsnitt redogör vi för två teorier som senare ska kopplas till vår empiri. Den första är teorin om *sexuella script* av sociologerna John H. Gagnon och William Simon (1984, 1986). Den handlar om skapandet av sexuella beteenden hos individer, grupper och kulturer och den kommer användas som redskap i den här studien för att förstå hur föreställningar om sexköp konstrueras av unga män och vilken betydelse den sociala omgivningen har i detta. Vi kommer även redogöra för Ervin Goffmans (2011) teori om social stigmatisering vilket i analysen kommer att användas för att förklara synen på sexköp i den manliga kamratgruppen.

3.1 Sexuella script

Utgångspunkten för teorin om sexuella script är att den mänskliga sexualitetens utformning är socialt konstruerad och föreställningar om det sexuella är något som ändras beroende på var man befinner sig i tid och kultur. Ett script är ett outtalat manus för socialt beteende och kan beskrivas som ett kognitivt schema skapad i kollektivet. Det sexuella får mening när det definieras av samhället och bedömningen av en persons kompetens och värde är beroende av om hen undviker eller presterar inom det som definieras som sexuellt. Den samhälleliga definitionen av det sexuella innefattar exempelvis vilka objekt eller kvaliteter som är åtråvärda, var och när man ska ha sex, men också vad parterna ska känna och vad man kan förvänta sig av sin partner. Individer kommer att bete sig som om man känner den förväntade känslan vilket innebär att den sexuella känslan ibland kan komma efter det sexuella beteendet. Sexuella känslor är alltså till mångt och mycket konstruerade eftersom man anpassar sig till förväntningarna på hur man ska känna och agera sexuellt. Om ett sexuellt beteende ska uppstå måste det föregås av ett manuskrivande på tre olika nivåer: kulturellt, interpersonellt och intrapsykiskt och det finns ett samspel mellan de olika nivåerna av script (Gagnon och Simon 1984).

Kulturella scenarier kan beskrivas som sexuella normer vilka ofta förmedlas av massmedia men också från upplevelsen av hur samhälleliga institutioner är ordnade: religion, utbildning

och lagar till exempel. Vissa sexuella beteenden är stigmatiserade eller till och med förbjudna, medan andra beteenden uppmuntras och det är så vi lär oss vad som är åtråvärt och inte. Vänner och familjs förväntningar är också en del av det kulturella scenariot och de sexuella scripten kommuniceras av de som redan har anammat normerna (Wiederman 2015). Kulturella scenarier är socialt konstruerade system på en kollektiv nivå som bestämmer hur rollerna ser ut och hur de ska spelas. Rollerna måste spegla innehållet i ett visst kulturellt scenario. Dessa scenarier är ofta lite för abstrakta för att direkt styra ett visst beteende och behöver därför kompletteras av *interpersonella script*. Interpersonella script är en process som gör att den sociala skådespelaren kan utgå från det kulturella scenariot men även anpassa beteendesciptet till den specifika kontext hen befinner sig i och kan då skapa en lämplig identitet som går i linje med gällande förväntningar där och då. Kulturella scenarier lämnar som sagt rum för tolkningar och förutom interpersonella script behöver man ett *intrapsykiskt script* för att veta hur man ska bete sig. Det är här den egna åtrån kommer in och kopplas till det sociala livet. Individerna tolkar den sociala verkligheten så att den passar sina egna innersta önsknings och det uppstår en inre dialog om internaliserade sociala förväntningar. Genom scripten lär man sig vilken mening ens inre känslor har och hur man ska tolka dem.

Desire, in a critical sense, is not really desire for something or somebody, though it is often experienced that way, but rather what we expect to experience from something or somebody. Desire is not reducible to an appetite, a drive, an instinct: It does not create the self, rather it is part of the process of the creation of the self (Gagnon och Simon 1986 s100).

Sexuella script bestämmer alltså vad som är normalt sexuellt beteende inom i en viss kultur eller grupp men även hur man ska känna, tänka och bete sig i den specifika situationen man befinner sig. De riktlinjer som det kulturella scenariot tillhandahåller integreras till det interpersonella och intrapsykiska scriptet (Gagnon och Simon 1984). Wiederman (2005) skriver om hur sexuella scripts skiljer sig åt mellan kvinnor och män i västvärlden. Sexuella script är olika för de olika könen och föreställningar om könsroller är en del av det kulturella scenariot. Det finns ett traditionellt manligt script som innefattar ett stort sexuellt intresse och dominans.

Sexuella script innebär att vi måste förhandla våra sexuella begär med den sociala omgivningen. Analysen kommer att använda Gagnon och Simons (1984, 1986) begrepp för att undersöka upplevelsen av det sexuella hos unga män i förhållande till att köpa sex. Att

män köper sex blir med detta perspektiv inte en naturlig följd av den manliga sexualdriften, utan något som är ett resultat av en inlärningsprocess i den kultur och sociala grupp mannen befinner sig i. Teorin om sexuella script används i analysen för att belysa hur interaktionen i den manliga kamratgruppen påverkar individens inställning till att köpa sex.

3.2 Stigma

Begreppet *stigma* härstammar från grekerna och användes i syfte att skilja avvikande individer från normala. Till de avvikande räknades individer som på något sätt hade utmärkande egenskaper som av samhället sågs vara nedsättande för individens moraliska status t ex. slav, förrädare eller brottslig. Avvikarna skildes ut genom olika kroppsliga symboler som brändes eller skars in vid deras händer för att upplysa det övriga samhället om deras avvikelse. I nutid förknippas stigma med teoretikern Erving Goffman (2011 s. 9) och hans teori om stigma. Där begreppet till stor del har samma betydelse idag som för dåtidens greker, fränsett att vi idag inte kroppsligt märker stigmatiserade individer (ibid s. 9).

Goffmans (2011 s. 10-11) teori om stigma förklarar hur individer till följd av olika tilldelade attribut blir stigmatiserade i samhället. En ny individ som kommer in i en grupp och visar sig besitta egenskaper, oönskade och misskrediterande, som skiljer sig mot resterande av gruppens medlemmar riskerar att stämplas som avvikare. Stigma handlar alltså om attribut som avviker från våra förväntningar och stereotypa föreställningar om hur en individ bör bete sig (ibid s. 12). Även som stigmat handlar om de oönskade attributet så blir egenskapen först misskrediterad och synlig i relationen till det sociala sammanhanget, där individen till följd av sitt stigma avviker. Det vill säga att stigmat inte egentligen handlar om en specifik egenskap, utan om relationen mellan attributet och mönstret som först blir synligt i relationen däremellan (ibid s 11).

I enlighet med Goffmans (2011 s. 12) stigmatteori kan tre olika typer av stigma definieras: *Kroppsliga stigman* handlar om fysiska missbildningar, som synliga kroppsliga defekter, fysiska handikapp eller sjukdom, t ex. att vara blind eller sjuk i HIV. *Karaktärsstigman* handlar om att individen besitter "olika fläckar på den personliga karaktären" (ibid s. 12) som t ex. vilje-svaghet, missbruk. *Tribala stigman (gruppstigman)* handlar om stigman som är stambetingade som t ex. etnicitet, kön, klass. Stigmat kan ses som *misskrediterad* eller *misskreditabel*. Misskrediterad innebär att stigmat är synligt, det vill säga att individen och

omgivningen är medveten om stigmat. *Misskreditabel* innebär att individen inte är medveten om stigmat och antar att omgivningen inte heller är det.

Goffman (2011 s. 41) talar om *den moraliska karriären* som handlar om en individs sätt att anpassa sig och identifierar sig med ett stigma. En socialisationsprocess som går igenom två faser, där fas 1 handlar om att individen tar till sig och lär sig de normalas syn och fas 2 handlar om att individen bli medveten om vilka konsekvenser ett visst stigma har. Vidare i analysen kommer stigmat teorin att användas för ge en djupare förståelse för hur unga män resonerar kring om det finns ett stigma inom kamratgruppen eller inte, utifrån sexköp. Stigmat som vi kopplar till sexköp är karaktärsstigma eftersom att det handlar om beteendet hos individen.

4. Metod

I metodavsnittet kommer vi att redogöra för vår valda metod, dess förtjänster och begränsningar. Vi kommer även att diskutera vårt urval och tillvägagångssätt, studiens tillförlitlighet och de etiska överväganden som vi förhållit oss till i vår studie, samt redogöra för vår egen roll i studien och vår arbetsfördelning.

4.1 Metodologiska överväganden

Syftet med studien är att förstå unga mäns sociala verklighet och det är därför lämpligt att använda kvalitativa intervjuer. I en kvalitativ undersökning är forskaren ute efter att ta del av respondenternas uppfattningar och meningsskapande i den kontext de befinner sig i och det finns därför utrymme för flexibilitet i intervjuerna (Bryman 2014 s. 341-367). En kvalitativ intervju innebär att forskaren inte är bunden till ett standardiserat frågeformulär utan man kan följa de tankesår som respondenten påbörjar, vilket ger utrymme för en mer nyanserad bild av fenomenet som ska undersökas (Eriksson-Zetterquist och Ahrne 2012 s. 36-38). En ostrukturerad intervjuform gör att samtalet kan styras av respondentens perspektiv och gör att man kan ändra fokus beroende på vad man får för svar. Att den inte är strukturerad gör att man kan vara flexibel och anpassa sig efter hur deltagarna beskriver sin sociala verklighet (Bryman 2014 s. 413). En semistrukturerad intervju innebär att intervjuaren har en uppsättning med teman hen är intresserad av och möjligtvis färdiga frågor, men har frihet att improvisera och ställa uppföljningsfrågor (ibid s. 415). Detta är en strategi som passar vår studie eftersom vi efterfrågar de unga männen tolkningar av fenomenet och vill minimera risken att svaren blir påverkade av ledande intervjufrågor. För att inte styra svar och resultat utifrån en bestämd teori samlade vi in empiri för att sedan koppla den till teori och begrepp - en induktiv utgångspunkt (se ibid 2014 s. 340). En kvalitativ metod möjliggjorde för oss att gå in i forskningsprocessen med relativt öppna frågeställningar och precisera dem allt eftersom vi samlar in empiri (se ibid s. 366).

När vi inledde våra intervjuer hade vi relativt tydliga frågeställningar vi ville ha svar på och valde därför en semistrukturerad intervju framför en ostrukturerad. Eftersom att vi är två personer som gjorde denna studie var det av fördel att göra en semistrukturerad intervju då de olika intervjuerna ska gå att jämföra oberoende av vem som utfört dem (Bryman 2014 s. 416). Utformningen av intervjuguiden utgick från studiens frågeställningar och resulterade i öppna frågor (se bilaga 2). För att få detaljerade svar använde vi sonderings- och uppföljningsfrågor

vid intervjutillfällena vilket innebär att man ber respondenten att utveckla och fördjupa sitt resonemang. För att få en kontextuell förståelse ville vi även ta reda på bakgrundsinformation om deltagaren som ålder, yrke och civiltillstånd (se ibid s. 419-427). Vi spelade in intervjuerna digitalt. Att spela in intervjuerna rekommenderas av May (2013 s. 181-182) för att forskaren ska kunna koncentrera sig på samtalet och ha möjligheten att vara uppmärksam på andra saker i samtalet än enbart de orden som sägs. Detta gör även det möjligt att analysera respondenternas egna ord och inte forskarens omskrivningar. För att efter insamlandet lära känna sitt material kan man lyssna på samtalen, transkribera dem och föra anteckningar (ibid s. 184). Detta blev ett första steg i tolkningen och analysen av studiens empiri.

4.2 Metodens förtjänster och begränsningar

I denna studie ville vi fördjupa oss i unga mäns uppfattningar och föreställningar om att köpa sex. Om man ska undersöka människor behöver man en metod som tar hänsyn till att studieobjekten är reflekterande och meningsskapande varelser som påverkas av sin kontext. Detta gör en kvalitativ metod (Bryman 2014 s. 361). Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2012 s. 56) skriver att kvalitativa intervjuer är en oslagbar metod om man är ute efter att ta reda på subjektiva upplevelser om ett visst samhällsfenomen. Detta eftersom det finns utrymme i en intervju för att se deltagarnas känslor, språkbruk och normer. Med denna metod kan man även anpassa kommande intervjuer till den analys man gjort av sin befintliga empiri och fördjupa sig i ämnen som är intressanta för studien. Bryman (2014 s. 366-367) menar att flexibiliteten och det ostrukturerade inslaget som finns i den kvalitativa metoden innebär att man kan fånga sina respondenters perspektiv och justera studiens fokus till det som verkligen är intressant att belysa.

För att få en bred bild av unga mäns inställning till att köpa sex skulle en kvantitativ metod vara att föredra. Med kvalitativa intervjuer får man endast en mycket begränsad bild av verkligheten. Det finns även en risk för att intervjuaren påverkar situationen och respondentens svar och det kan ske feltolkningar när forskaren tittar på betydelsen i svaren. Eftersom denna studie behandlar ett ämne som sannolikt kommer ses som känsligt och tabubelagt av respondenten kan man inte heller ta för givet att svaren vi fått i intervjun är sanningsenliga och att deltagaren inte styrts av viljan att göra ett gott intryck (se Eriksson-Zetterquist och Ahrne 2012 s. 56-57). May (2013) menar att även om intervjusvaren är sanningsenliga och svaren stämmer överens med respondentens verklighet kan svaret

utelämna betydande omständigheter som personen inte är medveten om. En annan svaghet med metoden är att en kvalitativ studie är svår att replikera på grund av att undersökningen är gjord under specifika omständigheter och med forskare vars subjektiva tolkningar är en stor del av forskningsprocessen och resultatet (Bryman 2014 s. 368).

4.3 Urval och tillvägagångssätt

Studiens syfte är att undersöka unga mäns attityder till att köpa sex, och detta har styrt vårt urval. För att kunna besvara vår forskningsfråga var det viktigt att respondenterna var relevanta och representativa för studiens syfte, varpå respondenterna inte valdes ut slumpmässigt (Bryman 2014 s. 434). Det är enligt Bryman (2014 s. 392) viktigt att inför studien tänka ut vilka kriterier som är relevanta för urvalet, eftersom det kommer bidra till förståelsen av det fenomen man ska undersöka, vilket ingår i ett *målstyrt urval* (Bryman 2014 s. 434).

De urvalskriterier som vi valt att utgå ifrån är män i åldrarna 20-30 år som är uppvuxna i Sverige, eftersom att vi anser att detta urval kan besvara vårt syfte. Eftersom forskning visar att de allra flesta sexköpare är män blev det vårt första kriterium. Åldersgruppen 20-30 år valde vi eftersom de växt upp med den nuvarande sexköpslagen vilket kan påverka deras föreställningar. Till följd av att tidigare forskning styrker att män som köper sex inte är en identifierbar subgrupp (Pitts et al 2014) kan vi inte avgränsa vårt urval mer. Bryman (2014 s. 436-437) för en diskussion kring svårigheten av minsta möjliga urvalsstorlek för att studien ska vara tillförlitlig och publiceringsbar. Han framhåller att det finns olika åsikter bland forskare om hur stort intervjuantalet bör vara för att nå teoretisk mättnad i urvalet (ibid 2014). När det gäller vår urvalsstorlek har vi med tanke på uppsatsens storlek och tidsram bestämt oss för att ha sex respondenter.

Efter att ha färdigställt vår intervjuguide började vi med att kontakta bekanta som passade våra kriterier för att se om någon kunde ställa upp på en pilotintervju. Detta gav resultat och efter vi hade utfört den första intervju gjorde vi några mindre ändringar i intervjuguiden, men var nöjda med de svar vi fått och valde därför att även använda pilotintervjuns svar som empiri till vår studie. Denna manliga bekant tipsade om två andra män som vi skulle kunna intervjua. Vi intervjuade även två av våra kompisars pojkvänner. Genom dem fick vi även kontakt med två ytterligare intervjupersoner som matchade våra kriterier. Man skulle kunna

kalla detta för en typ av *bekvämlighetsurval* eftersom vi använder oss av de intervjuobjekt som är tillgängliga (Bryman 2014 s. 194). Detta har vi kombinerat med *snöbollsurval* då vi efter att vi fått kontakt med ett antal personer som är relevanta för vår studie frågat dessa om de vet någon vi skulle kunna intervjua vidare. Man kan inte generalisera ett resultat från en studie gjort med bekvämlighetsurval på grund av att intervjupersonerna inte är representativa för en viss population (Bryman 2014 s. 194). Alla studiens respondenter tillhör medelklassen, är heterosexuella och har svenskfödda föräldrar och även detta gör det svårt för studiens resultat att säga något om alla unga män i Sverige. Det som är problematiskt med ett snöbollsurval är att man riskerar att intervjua personer inom samma bekantskapskrets vilket kan ge en skev bild av populationen. Vi har försökt att undvika detta genom att välja att inte intervjua respondenternas nära vänner utan ta kontakt med dem som de inte umgicks ofta, exempelvis en före detta studiekamrat eller en kusin. Att en av oss var bekant, om än inte nära, med två av respondenterna ser vi också som problematiskt då detta kan påverka intervjusituationen och intervjuarens tillförlitlighet och det finns en risk att de förskönade sin egen och sina kamraters verklighet för att göra ett bra intryck.

Intervjuerna var 35-50 minuter. Vi spelade in dem och transkriberade dem direkt efteråt för att komma ihåg betydelser som kommuniceras med kroppsspråk, tonfall eller miner. Vi beslutade att vi båda två skulle vara med och intervjua för att vi gemensamt ville skapa vår empiri och se till att alla intervjuer blev gjorda på samma sätt, vilket ökade den interna reliabiliteten (se avsnitt 4.5). Att vi var två som intervjuade betydde också att vi ibland ville följa upp olika saker i respondentens svar vilket gjorde att vissa teman och tankesår avbröts. Vi märkte även att ju längre in i intervjun vi var desto mer öppna och utvecklade svar fick vi. I början av intervjun kunde vi få korta svar men om vi senare i intervjun kom in på samma tema kändes det som att respondenterna var mer benägna att utveckla tankar och ge mer nyanserade svar. Det var en respondent som helt ändrade sin ståndpunkt i en fråga och som tog tillbaka sitt första svar vilket vi tog hänsyn till när vi skulle analysera svaren.

När det gäller vår arbetsfördelning har vi valt att skriva stora delar av arbetet tillsammans för att båda ska vara insatta i alla delar och vara medvetna om hur uppsatsen utvecklas under arbetets gång. Detta för att uppsatsen ska bli så enhetlig och bra som möjligt. I sökandet av litteratur och forskning arbetade vi ibland på skilda håll, men sammanstrålade sedan för att utbyta material.

4.4 Analysmetod

Vi gjorde en kvalitativ analys av vårt empiriska material och tittade då på vilka begrepp som används av respondenterna och vilken innebörd de har (se Svensson och Ahrne 2012 s. 13). Metoden vi använde oss av är inspirerad av *grounded theory*. Detta betyder att vi kontinuerligt analyserar empirin allteftersom vi samlat in empiri och på så sätt genererade vi de begrepp som blev undersökningens resultat. Kodningen började direkt när vi fått in material och vi markerade delar i intervjuerna som var betydande för möjliga kategorier. Koderna och kategorierna vi gjorde förändrades under arbetets gång (se Bryman 2014 s. 514-518). I vår analys försökte vi inta ett utifrånperspektiv (se Lind 2004 s. 145) för att kunna se vad som egentligen var relevant att ha med i studien och ta bort det som kanske varit intressant under arbetets gång men som inte tillför något till det slutliga resultatet. Vår intervjuguide använde vi för att strukturera upp vår empiri och för att jämföra de olika intervjuerna. Vi följde Brymans (2014 s. 523) beskrivning av hur man går tillväga för att koda ett kvalitativt material: När vi börjat samla in material läste vi igenom det och diskuterade med varandra vad som skulle kunna vara intressant att analysera. Efter det läste vi återigen igenom transkriberingarna för att se vilka teman som var återkommande och märkte ut nyckelord i respondenternas resonemang. Nästa steg var att titta på nyckelorden och se vilka som är kopplade till varandra och vi samlade liknande ord under ett namn. Om vi kunde relatera en kod till något vi sett i tidigare forskning var det av extra intresse för vår analys. Efter det försökte vi koppla begreppen till varandra och till existerande teorier och därefter utvecklade vi en egen hypotes om hur de koder vi hade fått fram kunde skapa en teori.

4.5 Studiens tillförlitlighet

Forskningsresultat från en kvalitativ studie är svåra att generalisera och man kan inte se intervjupersonerna som representativa för en större population eftersom urvalet inte sker slumpmässigt utan målstyrt (Bryman 2014 s. 369). Denna studie har alltså inte skapat ett generaliserbart resultat men genom att vi funnit likheter mellan vår analys och tidigare forskning i ämnet och även till teoretiska begrepp ökar vi resultatets trovärdighet (se Ahrne och Svensson 2012 s. 28-29). Intervjuerna vi har genomfört är inget underlag för att få en bred bild av fenomenet utan redogör endast för urvalsgruppens bild av fenomenet. Våra respondenter är alla från samma geografiska område och några av dem känner varandra vilket minskar generaliserbarheten. Denna studie gör alltså inte anspråk på att kunna generaliseras till andra sociala miljöer och situationer på grund av vårt begränsade urval och specifika

förutsättningar och därför blir en *extern validitet* inte relevant (se Bryman 2014 s. 352). Genom att utförligt beskriva detaljer från den kontext vi befinner oss i när vi genomför undersökningen och bakgrundsfakta om respondenterna får läsaren möjlighet att ta ställning till hur överförbar resultatet är till andra miljöer och grupper (se ibid s. 355).

Intern validitet betyder att den teori man bygger i sin analys verkligen uttalar sig om de observationer man gjort. En kvalitativ studie har ofta en hög intern validitet då man i undersökningen arbetar nära sina intervjuobjekt och därmed får en djupare förståelse för det man ska undersöka. För att säkerställa validiteten använde vi oss av *respondentvalidering* vilket innebär att man låter respondenterna bekräfta forskarens tolkning av vad som sagt under intervjun (se ibid s. 354-355).

Som vi nämnt ovan är en kvalitativ studie svår att replikera, vilket betyder att den *externa reliabiliteten* är relativt låg. Men genom att låta vår handledare läsa arbetet under processens gång, redogöra för hur vår undersökning har gått till och inkludera så mycket så möjligt av vår processbeskrivningar i studien kan studiens pålitlighet öka. För att öka den *interna reliabiliteten* i studien såg vi till att vi inför påbörjandet av analysen var överens sinsemellan om hur vi ska tolka vår empiri och om vilken betydelse vi lägger i våra begrepp och kategorier (se Bryman 2014 s. 352-355).

4.6 Vår roll i studien

Att vi var två unga kvinnor som intervjuade unga män kan ses som problematiskt eftersom det kan påverka svaren om deras inställning till att köpa sex av kvinnor. Om det hade varit en ung man som intervjuade hade situationen kanske blivit mer neutral vilket möjligtvis hade gjort respondenten mer sanningsenlig. Detta är en studie som innefattar synen på kvinnor och män och det finns en risk att respondenten därav inte ser oss objektiva, utan som representanter för det kvinnliga könet. Vi har ingen vidare förförståelse av fenomenet mer än att ha följt med i samhällsdebatten kring prostitution och sexköpslagen. Vi är medvetna om att våra värderingar kring sexköpande män kan ha påverkat studiens riktning och vi försökte bortse från våra egna moraliska föreställningar om att köpa sex när vi efterforskade och utförde intervjuerna. Trots de problematiska aspekterna av vår roll i att skapa empiri och resultat anser vi att våra reflektioner kring detta kommer minimera risken av att studien blir vinklad och vi kommer i största möjliga mån se till att resultatet blir underbyggt och relevant.

4.7 Forskningsetiska överväganden

För att utveckla och förbättra samhället är det viktigt att få ökade kunskaper och förbättrade metoder, därav är det enligt Vetenskapsrådet (u.å) av största vikt att forskning bedrivs. Men det så kallad forskningskravet måste alltid vägas mot individskyddskravet, vilket innebär att forskning inte får ske på bekostnad av samhällets individer. Det är viktigt att värna om individens integritet och ingen får utsättas för kränkande behandling, förnedring eller skadas till följd av forskning. Därav har Vetenskapsrådet kommit fram till fyra forskningsetiska principer som forskaren bör ta i beaktande vid forskning; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet. Vilka fyra etiska principer som även vi i största möjliga mån tagit hänsyn till under uppsatsens gång.

4.7.1 Informationskravet

I enlighet med *informationskravet* informerade vi respondenterna inför intervjun om vårt syfte och hur forskningsstudien kommer att gå till, samt på vilket sätt de förväntas bidra. Att deras medverkan är frivillig och att de själva väljer när eller om de vill avsluta intervjun, vilket som också överensstämmer med *samtyckeskravet*. Respondenterna blev även informerade om att de uppgifter som framkommit under intervjun enbart kommer att användas i vår forskningsstudie och att deras uppgifter kommer att hanteras anonymt.

4.7.2 Samtyckeskravet

Målgruppen vi vänt oss till är män i åldrarna 20-30 år, det vill säga att våra respondenter är myndiga och vi behövde därav inte inhämta samtycke från vårdnadshavare eller förälder. Men för att säkerhetsställa att respondenterna godkänner sitt deltagande i studien, då undersökningens intervjufrågor kan uppfattas privata och/eller etisk känsliga, lät vi dem inför intervjun att underteckna en samtyckesblankett (se bilaga 1) där all väsentlig information om studien och deras insats framgick. I syfte att återigen låta respondenten överväga sin medverkan och se till att vi uppfyller *samtyckeskravet*

4.7.3 Konfidentialitetskravet

Då vi var medvetna om att vår studie av respondenter och dess anhöriga kan uppfattas vara av privat och/eller av etiskt känslig karaktär, var det viktigt att vi var införstådda i att våra respondenter kan uppleva intervjuerna som kränkande. Därav var det viktigt att *konfidentialitetskravet* kunde garanteras, vilket innebar att all inhämtad information om och

från våra respondenter hanterades så att respondenterna inte ska kunna identifieras i uppsatsen. Detta säkerhetsställde vi genom att använda fingerade namn på respondenterna genom hela processen, det vill säga från intervjuerna, under transkriberingen och i den färdiga uppsatsen.

4.7.4 Nyttjandekravet

I enlighet med Vetenskapsrådets (u.å) anvisningar om *nyttjandekravet* har all information som framkommit om våra respondenter, och i sammanband med intervjuerna, enbart använts till att besvara vårt syfte. Vi kommer därav inte att låna ut eller använda informationen till något annat ändamål än det som respondenterna inför intervjuerna blivit informerade om. Likaså gällande respondenterna personuppgifter.

5. Analys och resultat

I analyskapitlet börjar vi med att presentera våra respondenter och redogör därefter för studiens resultat med hjälp av teoretiska begrepp. Resultatet presenteras utifrån tre teman som varit återkommande under intervjuerna, där olika representativa citat valts ut för att visa vad och hur vi analyserat.

5.1 Respondenterna

Följande bakgrundsinformation om våra sex respondenter kan ge en kontextförståelse till analysen. Alla namn är fiktiva. Billy är 29 år, arbetar inom hemtjänsten och ensamstående. Hampus är 30 år, fibertekniker och ensamstående. Nicky är 26 år, fritidspedagog och sambo. Fredrik 27 år, studerande inom socialpedagogik och sambo. Anton är 22 år, studerande till fritidspedagog och sambo. Oliver är 29 år, hantverkare och sambo. Samtliga bor i göteborgsområdet och är födda och uppväxta i Sverige.

5.2 Big no no eller no big deal?

Ingen av våra respondenter berättar att de själva har köpt sex, men fem av sex berättar om någon eller några unga män i deras nära eller vidare bekantskapskrets som har gjort det. Under intervjuerna blev det tydligt att det fanns skillnader i attityderna till att köpa sex mellan olika respondenter och deras kamratgrupper. Vi kunde där skilja ut två olika inställningar bland respondenternas kamratgrupper: de som fördömer och ser sexköp som ett "big no no", och de som accepterar - där sexköp är "no big deal". Det blev tydligt att det inom kamratgrupperna med "big no no"-attityd fanns ett *stigma* relaterat till att köpa sex vilket inte fanns i grupperna med "no big deal"-attityd. Här följer två respondenter från respektive grupp:

Jag umgås nog ganska mycket med likasinnade så jag har svårt att tala för såna som köper sex. [...] Men jag tror absolut att det finns inskränkta grabbgång, att det är ganska vanligt, där det är så här *no big deal*. Men bland män i min ålder är det ganska så här ett *big no no* att vi inte ens behöver... (Anton).

Intervjuaren: Om en vän eller bekant berättar att han har köpt sex, hur reagerar du på det?
Nej inte alls.. typ. Jag har hört det så många gånger. Nä jag reagerar inte typ. [...] Våldigt neutral. Det är ingen som bryr sig. Det är ingen fördom.. inget smutsigt heller för det. Inget negativt om någon berättar att de har gjort det, så är det ingen som bryr sig eller så (Hampus).

I grupper där det är vanligt förekommande att köpa sex finns en tillåtande inställning och man fördömer inte någon för att köpa sex. Respondenten nedan tillhör också en “no big deal”-grupp och beskriver sexköp som “normalt” i hans bekantskapskrets och jämför med hur det var förut.

Jag tror inte man hymlar så mycket med det, jag tror det är ganska öppet, det är inte så konstigt som det var för x antal år sedan. Det har blivit mer normalt, normaliserats. Alltså jag hör ju folk omkring mig som säger att de har köpt sex och så är det inte mycket mer än så, man reagerar inte så mycket, man frågar lite varför “äh jag var full, utomlands”. [...] Man gör inte en så stor grej av det (Oliver).

Olivers beskrivning är ett exempel på hur det kan låta i manliga kamratgrupper där det är vanligt förekommande att ha köpt sex vilket verkar hänga ihop med att man inte blir fördömd av kompisarna för beteendet. Det kan ses som någonting “fräckt” och “macho”. Enligt Gagnon och Simon (1984) skapas *sexuella script* tillsammans med andra: man bestämmer kollektivt vad som är åtråvärt och vad som är ett accepterat sexuellt beteende. Sambandet mellan att sexköp är vanligt förekommande i en grupp och att gruppen har en tillåtande inställning till sexköp kan förklaras med att männen tillsammans skapar och tolkar det kulturella scenariot, vilket gör att individerna i gruppen skriver sexuella script på ett sätt som liknar varandras. Av respondenterna framkommer det att det i vissa grupper är relativt normaliserat med sexköp vilket verkar ha ett samband med att det inte föreligger något hot om att bli stigmatiserad om man köper sex (se Goffman 2011). Tvärtom redogör flera respondenter för att en av orsakerna till att unga män väljer att köpa sex kan vara att sexköp finns med på en mans *bucketlist* - en lista som innefattar vad man ska hinna med att göra innan man dör. Sexköpet ses som en handling som i vissa manliga grupper skulle ses som något personen kan vara stolt över och bockat av.

Inte bland mina närmsta då. Men i ett led längre bort och sånt.. har jag hört om det faktiskt. Men då är det mer en grej att bocka av. En bucketlist grej. “Skulle varit häftigt att göra det” (Fredrik).

De yngre gör det för att kryssa av det på listan typ... bucketlist. Många vill nog bara testa (Hampus).

Att det är nästan en liten fjäder i hatten om man gjort det när man vart i Thailand (Billy).

I kontrast till “no big deal”-grupper där sexköp kan vara en “fjäder i hatten” finns kamratgrupper där sexköp är ett stigmatiserat beteende - alltså den tidigare nämnda “big no no”-grupperna. I dessa grupper är det väldigt ovanligt att medlemmar köper sex. Kotsadam och Jakobsson (2014) fick i deras attitydundersökning fram att de som tycker att sexköp är omoraliskt köper sex i mycket mindre utsträckning än andra. Detta kan tyckas som ett självklart påstående men det belyser den moraliska aspekten av sexköp som även kommer fram i vår empiri.

Att de [sexköparna] har en egen problematik, annars gör man inte så där. De har ju en skev bild uppenbarligen, vad sex är för någonting (Anton).

Men jag tänker att det är nog jävligt desperata och tragiska personer i varje fall som går så långt att de köper sex. Det kanske inte finns de där vanliga spärrarna. Men friska människor som har den förmågan att tänka några steg längre kanske ändå i de situationerna inte skulle göra det (Nicky).

Anton uttrycker att sexköpare har en syn på sex som avviker från det normala och att deras beteende tyder på att de bär på en problematik. Sexköp beskrivs som fel sätt att ha sex på. Nicky visar också en syn på sexköpare som avvikare när han beskriver att de inte har ”de där vanliga spärrarna” och ställer dem mot ”friska människor”. Detta säger något om att den egna moraliska uppfattningen stämmer överens med gruppens och att synen på sexköp som en omoralisk handling gör att gruppmedlemmarna inte verkar köpa sex. Sexköp konstrueras i dessa grupper inte som något eftersträvansvärt utan som en oanständig handling. Detta påverkar gruppmedlemmens sexuella script vilket gör att sexköp inte ses som ett tänkbart sexuellt handlingsalternativ. I dessa grupper kan man se att det existerar ett stigma. Goffman (2011) urskiljer som tidigare nämnt tre olika typer av stigma och stigmat som kan kopplas till att vara sexköpare är *karaktärsstigma*. Eftersom att individen blir stigmatiserad utifrån dess avvikelser i karaktären - “olika fläckar på den personliga karaktären” (ibid s. 12). Av följande respondents berättelse blir det tydligt hur en individ till följd av avvikelser i karaktären, i detta fall sexköp, blir stigmatiserad av gruppen. Under intervjun berättade respondenten om en situation som uppstod i hans bekantskapskrets när det framkom att en bekant ur gruppen köpt sex. Inom vänskapskretsen var det normala att inte köpa sex, varpå en individ som köper sex kommer att ses som en avvikare och av gruppen bli stigmatiserad (se Goffman 2011).

Jävligt bisarrt att få reda på det. [...] Jag blev ju väldigt chockad när jag fick höra det liksom "Vad i hela...?" Ändå en person man har en bild utav och den bilden var man tvungen att bygga om liksom. [...] Vi tog ju det väldigt hårt och han förstod nog att "Ja det klart att det var jättedumt, det är ingenting man kan få ogjort men det är heller inget jag kan stå för". Sen märkte han ju att vi blev väldigt upprörda, och det var nån som inte ville umgås med honom för han inte kunde titta honom i ögonen, och han tog ju åt sig och tänkte kring det (Anton).

Citatet visar på att respondenten och hans vänskapskrets såg sexköpet som en *misskrediterad* handling som ledde till att personen som köpt sex blev stigmatiserad av gruppen. Respondenten berättade att personen till en början inte såg sexköpet som en stor sak, men efter att gruppen tagit avstånd från handlingen så "ångrade" personen sitt beteende. I enlighet med Goffmans (2011) stigmatologi talar citatet om att den stigmatiserade individen går igenom *den moraliska karaktärens* två faser. Till följd av sin handling blev han av gruppen stigmatiserad, varpå han läste av och anammade de normalas syn (fas 1) och insåg stigmats konsekvenser (fas 2) i form av exempelvis exkluderande. Han väljer då för att bli accepterad av gruppen, och inte befästa sitt stigma, att utåt sett ta avstånd från sin handling och anamma den moral som råder i gruppen. Det stigma som finns kring sexköp i dessa grupper verkar vara kopplat till moralistiska uppfattningar och hindrar eventuellt gruppmedlemmar från att köpa sex.

Men i mitt gäng är det lite såhär: hade nån föreslagit det eller berättat om det så hade det varit väldigt så här "Vad i helvete" eller så här "Det där är liksom inte okej, varken för dig eller för den du...". Åt alla håll är det inte okej liksom. [...] Jag känner nog ingen som har köpt sex faktiskt och jag har själv inte gjort det (Nicky).

Vi har alltså identifierat att vissa av respondenterna tillhör grupper som har en tillåtande attityd till att gruppmedlemmar köper sex medan andra tillhör grupper som inte har det. . När vi frågar om synen på sexsäljande kvinnor får vi olika svar från respondenter som tillhör tillåtande grupper respektive respondenter som tillhör otillåtande grupper. Socialstyrelsen (2007) lägger fram att det finns en omedvetenhet hos sexköpare som gör att de inte vet mycket om sexsäljarens utsatta position. Vårt resultat visar inte på att det finns en omedvetenhet bland de unga männen men att det i vissa grupper finns en ovilja att ta upp ämnen som skulle problematisera sexsäljarens situation. När respondenterna ska svara på frågor kring sexsäljande kvinnor har alla gemensamt att de tror att de flesta inte säljer sex

frivilligt och att kvinnorna på ett eller annat sätt är utsatta. Men vissa menar att de inte har funderat så mycket kring det innan och i “no big deal”-gruppen undviker man helt att prata om sexsäljande kvinnor som offer. Hampus tillhör “no big deal”-gruppen och svarar på frågan om hur hans manliga kamrater ser på människohandel:

Det pratar de inte riktigt om. [...] De brukar bara berätta om hur snygga de är. Men dom gör ju det för en kul grej t ex. när dom träffar sin drömtjej som de bara sett på en plansch eller film (Hampus).

I interaktionen med de manliga kamraterna lär sig individen att sexsäljande kvinnor är “drömtjejer” som man vill ha sex med och att det är en kul grej och därmed ett önskvärt sexuellt beteende. Ett begär och ett sexuellt script förhandlas fram med den sociala omgivningens förväntningar (se Gagnon och Simon 1984) vilket förklarar varför lusten att köpa sex är större i vissa kamratgrupper än andra. I intervjuvaren finns också en konstruktion om den sexsäljande kvinnan som handelsvara vilket Huysamen och Boonzaier (2014) menar är en faktor som upprätthåller mäns köp av sex. I Olivers manliga kamratgrupp är det vanligt förekommande att köpa sex och här beskriver han hur hans kamrater talar om kvinnorna de köpt sex av:

Det kan vara typ “Vi var utomlands vi köpte horor eller prostituerade”, det är som en vara. Det är en tjänst man köper sen är det klart. Jag tror inte att nån av dom skulle kunnat namnge vad hon hette så här, det här är hennes intressen eller... Det blir ju bara rätt upp och ner, att det här är bara en vara man köper och sen är det klart (Oliver).

Den sexsäljande kvinnan kallas för det starkt nedsättande ordet “hora” vilket indikerar att dessa kvinnor konstrueras som underlägsna av kamratgruppen. Marttila (2008) studie visade att det bland sexköpare finns en benägenhet att sexualisera den sexsäljande kvinnans underordning och att synen på kvinnan som underlägsen är en del i objektifieringen av henne. I Olivers uttalande ovan kan man se en koppling mellan att nedvärdera den sexsäljande kvinnan och se henne som ett åtråvärt objekt. I de kamratgrupper där det inte var ett accepterat beteende att köpa sex - “big no no”-gruppen - var föreställningen om sexsäljande kvinnor markant annorlunda:

Jag känner nog ingen som har köpt sex faktiskt och jag har själv inte gjort det. Alltså jag tycker aldrig det är okej att köpa sex. Eftersom det jag sa innan, alltså trafficking, att folk kommer hit ofta

“by force”, ofta tvingade, det har man ju hört mycket om på nyheterna. I mitt gäng är åsikten att det är väldigt inte okej. Alltså det är väldigt äckligt och osoft. [...] Jag tror det känns rätt smutsigt. Jag tror att folk som köper sex känner sig jävligt smutsiga (Nicky).

I grupper där sexköp är normaliserat pratar man om kvinnliga sexsäljare som åtråvärda objekt och grupper där sexköp är tabu pratar man om sexsäljande kvinnor som personer som blivit utsatta för antingen människohandel eller sexuella övergrepp tidigare i livet. I vissa kamratgrupper lär man sig alltså att se på sexsäljande kvinnor som offer och på grund av detta är det “smutsigt” att köpa sex. Objektifierande ord används inte för att beskriva kvinnorna och det finns därför inte utrymme för individen att skapa ett sexuellt script där man riktar sitt sexuella begär mot kvinnor som säljer sex. Att ha sex på det viset konstrueras som något förkastligt vilket gör att det saknas sexuellt script för att köpa sex för gruppmedlemmar i en “big no no”-grupp.

5.3 En annan verklighet

Ett återkommande tema var sexköp utomlands och länder som nämndes under intervjuerna var Nederländerna, Tjeckien, Danmark, Tyskland, Polen och Thailand. I samtliga intervjuer framkommer det att det är vanligare att sexköp bland unga sker i sammanband med resor till länder där sexhandel är tillåtet och mer utbredd än att det sker i Sverige. Detta stämmer överens Svedin et als (2012) studie där 80 % av de män som hade köpt sex uppgav att det senaste köpet skedde utomlands.

Jag har aldrig köpt, och jag säger att det är två av tio som inte köpt [bland hans manliga vänner]. Och det är utomlands och det är ju när de träffar den här supertjejen som är drömsnygg. De brukar slå till på det (Hampus).

Hampus beskriver att de kompisar som köpt sex har gjort det utomlands för det är där de brukar ”slå till” och detta återkommer i andra respondenters svar. Detta bekräftar det som Marttilas (2008) kom fram till i sin studie om nordiska mäns sexköp utomlands: en miljö med andra sexuella normer kan leda till ett helt annat sexuellt beteende där sexköp ingår. Länderna som våra respondenter nämner har en mindre restriktiv hållning till sexköp än Sverige och detta påverkar beteendet hos unga män som reser dit från Sverige. Att sexköpen sker i “en annan verklighet” är tydlig.

Det är vanligare att köpa sex utomlands och så länge det är lagligt att göra det som svensk medborgare så tror jag att den bilden att "Ja jag åker till andra sidan jorden och är så långt borta från mitt vanliga liv så möjligt och här kan jag göra vad jag vill". Jag tror att den bilden är det vanligaste tillvägagångssättet (Anton).

Det är lättare att bara lämna det bakom sig tror jag. Man behöver inte ta, eller man tar väl inget ansvar hemma heller men det är lättare att bara "Det hände där borta och nu är jag hemma igen". Att man kan ha distans till det liksom, det skedde där, grabbgång... "Jag var full, men nu är vi hemma igen" (Oliver).

Det är inte lika vanligt att respondenterna känner till någon som köpt sex i Sverige och om de har de så ses sexköpet som ett mer avvikande beteende än om det skett utomlands. Det uppfattas generellt av respondenterna som mer "okej" att som ung köpa sex utomlands och eftersom att det inte skulle ses lika stigmatiserande som om handlingen skett i Sverige. Av respondenterna framkommer det att sexköp som sker i Sverige ses mer som ett aktivt val, medan ett sexköp utomlands i större grad uppfattas som en spontan handling som i princip skulle kunna hända vilken ung kille som helst. Bilden av att det är stor skillnad på att köpa sex i Sverige och utomlands bekräftas av dessa citat.

Man är nog mer desperat om man gör det i Sverige än utomlands, även om det ändå är typ samma grej, så finns det skillnad på ett. Man är utomlands, man festar. Ingen hemifrån är med, bara det här lilla sällskapet, där ingen säger nåt om man inte vill. Man blir inte svartmålad på samma sätt som man tror man blir här hemma (Oliver).

Jag tror just det att det har blivit Thailand, som blivit så mer generellt med sexresor är att det är just det att det är på andra sidan jorden. [...] Att den försvinner den här skammen. Den finns inte där på samma sätt som den gör, om man skulle suttit på Avenyn med nån. Liksom så att det sker helt öppet. Att det är nån frizon (Fredrik).

Utifrån respondenternas svar kan man identifiera att unga mäns beteende ändras när de befinner sig i ett annat land, dels på grund av att man är långt ifrån sitt liv i Sverige och dels för att lagarna, förväntningarna och utbudet på sexsäljare ser annorlunda ut. Man kan förklara fenomenet med att männen befinner sig på en plats där det *kulturella scenariot* (Gagnon och Simon 1984) är annorlunda från det i Sverige, vilket gör att individen och gruppen skriver sexuella script (ibid) på ett annat vis än vad de gör när de är i sitt hemland Sverige. I ett land där sexköp är tillåtet och vanligt förekommande förhandlar man tillsammans fram ett annat

sexuellt beteende i det *interpersonella scripten*. Förväntningarna blir alltså annorlunda när man befinner sig i en annan social kontext vilket tillåter en annan typ av sexuellt beteende. När det kulturella scenariot ändras, kan även det sexuella beteendet ändras vilket beskrivs i följande citat:

I och med att det ännu inte är olagligt som svensk medborgare att köpa sex utomlands så tänker jag att det är många som reser utomlands och tänker att de är så långt borta från Sverige och sitt liv här. Där tänker de nog att ”Det här är en del av deras kultur”. ..det är som att be någon göra någonting random för pengar typ (Anton).

Jag tror nog att många yngre som gör det... gör det nog mer för att... nån slags spänning eller att det är ju inte ovanligt att grabbgång som åker till Thailand har det som mål att köpa sex där. Mer som en cool grej. Generellt att när man åker på semester så försvinner alla normer och regler. Och framförallt när man är på andra sidan jorden tror jag... mer än att det är väl lite mer så att när man är på semester att man grisar runt. Att är så att det försvinner flera spärrar (Fredrik).

5.4 Legitimerande föreställningar om den manliga sexualiteten

En föreställning som återkom i intervjusvaren var att det är skillnad på mäns och kvinnors sexualitet: män är mer inriktade på sex och behöver inte alltid ett känslomässigt band för att ha samlag, medan kvinnor vill ha trygghet och kärlek. En bild av att mannen har en enkel sexualitet som vill ha sex med så många som möjligt finns bland respondenter från både “big no no”-grupper och “no big deal”-grupper vilket visar att denna föreställning är en del av ett kulturellt scenario som integreras till det interpersonella och interpsykiska scriptet för männen. Enligt Gagnon och Simon (1984) guidas vår sexualitet utifrån kulturella scenarion. De föreställningar om maskulinitet som framkommer i intervjuerna är en del av det kulturella scenariot och är därför med att skapa hur en man ska bete sig med andra sexuellt och också hur han konstruerar sitt eget begär.

Jag tror att män har lite mer det här pang pang på rödbetan sen så är det klart. Då kan man betala en femhundring för det. För då är det klart. Medan kvinnor är lite annorlunda på nåt sätt. Jag tänker att alla vet hur en kuk fungerar men alla vet inte hur en vagina fungerar (Nicky).

Vi är programmerade på olika sätt. Tjejerna söker ju alfahannen eller familjehemmet och trygghet och så vidare, och mannen är programmerad att sprida sina starka gener (Hampus).

Spontant tänker jag mer kärleksrelation för tjejer, och killar kan vara mer sex och så är det klart. Eller jargongen eller vad man säger, killar är nog mer sådana. [...] Jargongen är grov. Inte bara vid köp av sex utan även på krogen (Oliver).

Citaten ovan visar att förväntningen att mäns sexuella begär ska vara lätt att tillfredsställa ingår i ett manliga sexuella script. Att föreställningar om mäns sexualitet används för att legitimera mäns sexköp stöds av Raymond (2004) och Huysamen och Boonzaier (2014) Våra respondenter anger en biologisk förklaring till att män köper mer sex än kvinnor och berättar om en maskulinitet som innefattar en stor sexualdrift som går snabbt och enkelt att tillfredsställa. Dessa föreställningar kan enligt tidigare forskning (ibid) legitimera och upprätthålla mäns köp av sex. Sexköp har en maskulinitetshöjande effekt i vissa kamratgrupper.

Man gör inte en så stor grej av det. I det fall som jag känner till så är det när folk har vart utomlands, köper en hora, så är det klart, så skrockas det lite. Det är lite macho. "Det var fräckt" (Oliver).

Vi har tidigare återgett att vissa manliga kamratgrupper konstruerar sexköp som "macho" vilket kan antas komma från att det kulturella scenariot bestämmer att mansrollen ska vara dominant och sexuellt aktiv (se Gómez-Suárez, Pérez-Freire och Verdugo-Matés 2016, Alikhadzhev 2010). Dessa attribut ingår även i det traditionella manliga sexuella scriptet som Wiederman (2015) skriver om och kan förklara varför sexköp ses som en handling som förstärker maskuliniteten i vissa kamratgrupper.

6. Slutdiskussion

I vår studie har vi kunnat urskilja att unga mäns konstruktioner om sexköp skiljer sig åt mellan olika manliga kamratgrupper. Det finns grupper där det är vanligt förekommande att gruppmedlemmar köper sex, och där det inte finns något stigma relaterat till sexköp - den så kallade "no big deal"-gruppen. I den här gruppen konstrueras sexköp som "en kul grej", "macho" och något som en man kan bocka av på en bucketlist. Även om långt ifrån alla har köpt sex så finns en tillåtande inställning till att gruppmedlemmar köper sex. Den sexsäljande kvinnan konstrueras som en "drömtjej" man kan rikta sitt sexuella begär mot och på så sätt skapas i gruppen ett sexuellt script för att köpa sex. I kontrast till denna typ av kamratgrupp finns det "big no no"-grupper där gruppmedlemmar i regel inte köper sex eftersom det finns ett stigma kring det. Här konstrueras sexköp inte som något åtråvärt utan som något "smutsigt" och sexsäljande kvinnor beskrivs som offer vilket gör att det saknas sexuella script för sexköp bland gruppmedlemmarna. Det är vanligare att svenska unga män köper sex i länder där utbudet är större och det finns en mindre restriktiv hållning till sexköp än i Sverige. Att vara i en miljö där de kulturella normerna är mer tillåtande till mäns köp av sex påverkar de unga männen kollektiva skapande av sexuella script. De unga männen har föreställningar om att kvinnlig och manlig sexualitet skiljer sig åt: mannen behöver inte känslomässiga band utan kan tillfredsställa sitt sexuella behov snabbt och enkelt, i motsats till kvinnan som söker kärlek och trygghet hos en alfahane. Föreställningen om att mannen ska ha ett stort sexuellt behov som är enkelt att tillfredsställa är med att skapa det manliga sexuella scriptet och gör att sexköp kan förstärka individens maskulinitet i kamratgruppen.

Vår studie av unga män visar alltså att sexuella script och stigma kring sexköp skapas på olika sätt i olika manliga kamratgrupper, där rådande kulturella normer och stigma spelar in. Det behövs fler studier för att validera detta resultat, men studien ger ändå en insyn i hur unga män konstruerar sexköp tillsammans vilket kan bidra till en ökad förståelse för hur efterfrågan på prostitution uppstår. Denna studie är inte den första som hävdar att föreställningar om sexköp bland män inte är något naturligt utan något som konstrueras tillsammans med den sociala omgivningen. Studien kan belysa hur de sexuella normerna skapas i gruppen vilket har en inverkan på individens benägenhet att köpa sex. Hur sexköp konstrueras i den manliga gruppen kan vara intressant att vidare undersöka, förslagsvis med inriktning på de hindrande mekanismerna och vad som gör att vissa unga män inte kan tänka sig att köpa sex. Att vår empiri visade på att det finns unga män som köper sex var inget som förvånade oss eftersom

både tidigare forskning och media berättat om det, men när en av våra respondenter berättade att åtta av tio av hans vänner har köpt sex blev vi överraskade. Om man jämför detta med att det är 7,5 % av Sveriges män som köpt sex (Länsstyrelsen 2014) ser man att koncentrationen av sexköpare är betydligt högre i vissa kamratgrupper än genomsnittet vilket kan vara intressant att vidare studera. Vi har i vår studie tagit upp att det i vissa kamratgrupper är betydligt vanligare att köpa sex än i andra, men vidare forskning kan göras på vilka faktorer som ligger bakom kamratgruppernas respektive inställningar.

För vissa män finns det inget sexuellt script för att köpa sex eftersom de upplever att det finns ett stigma kring det och ser på sexsäljande kvinnor som offer och inte objekt. Sverige har ett lågt procentantal sexköpare om man jämför med många andra länder, vilket talar för att stigmat kring sexköp är relativt utbrett. Jakobsson och Kotsadam (2011) menar att Sveriges sexköpslag skapar ett stigma kring sexköp vilket borde bidra till en minskad efterfrågan. Att det finns män som köper sex kan enligt vår studie förklaras med det traditionella manliga sexuella scriptet är dominerande i vissa kamratgrupper och att man objektifierar den sexsäljande kvinnan. Utifrån detta skulle maskulinitetsnormer som utmanar den traditionella kunna bidra till en minskad efterfrågan av sexköp

Vår utgångspunkt är att sexköp bidrar till att människor far illa, i synnerhet socialt utsatta kvinnor. Att prostitutionen gynnar en illegal marknad där människor utnyttjas och blir utnyttjade. FNs samordningsgrupp för människohandel (ICAT 2014) och Rikspolisstyrelsen (2014) har båda identifierat att en minskad efterfrågan på sexköp är central för att minska prostitution och människohandel för sexuella ändamål. Eftersom män står för den allra största delen sexköp är det deras normer kring sexköp som borde vara i fokus för insatser för att minska efterfrågan. Vissa av våra respondenter förmedlar accepterande attityd till sexköp som enligt oss blir problematisk eftersom det leder till att människor utnyttjas och att människovärdet kränks. Trots att vi i Sverige har en sexköpslag som snart är 20 år gammal blir det tydligt hos samtliga respondenter att de anser att den inte påverkar deras attityder till sexköp. Respondenterna är medvetna om lagen, men talar om att den inte avskräcker unga män från sexköp utan att det snarare handlar om grundvärderingar. Vill man köpa sex så gör man det oberoende av om det är olagligt eller ej. Det blir tydligt att arbetet med att förändra värderingar är större än att stifta abolitionistiska lagar. Frågan är hur man påverkar de värderingar och normer som styr mäns köp av sex. Svedin och Wadsby (2014) föreslår informationsarbete om sexköpslagen och människohandel i skolor och massmedia för att

förebygga sexköp. Utifrån vårt resultat kan vi se att de unga män som var mer medvetna om människohandel och ser sexsäljande kvinnor som utsatta för detta inte var lika benägna att köpa sex, vilket gör att informationsarbete om prostitutionens baksidor skulle kunna ha en förebyggande effekt.

Referenser

Ahrne, G., Svensson, P (2012). Kvalitativa metoder i samhällsvetenskapen I: Ahrne, G & Svensson, P (red). *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber

Alikhadzhieva, I. S (2010). Public Opinion About Prostitution and Measures to Prevent It." *Russian Social Science Review* 51, (3): 60-68

Bryman, A (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber

CTOC (2009). Good practices and tools in reducing the demand for exploitative service [http://www.unodc.org/documents/treaties/organized_crime/2010_CTOC_COP_WG4/WG4_2010_3_E.pdf]. Hämtat: 2017-03-16]

Ekberg, G (2004). The Swedish Law That Prohibits the Purchase of Sexual Services. *Violence Against Women*, 10(10): 1187-1218

Eriksson-Zetterquist, U., Ahrne, G (2012). Intervjuer I: Ahrne, Göran & Svensson, Peter (red). *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber

Gagnon, J. H., Simon, W (1984). Sexual Scripts. *Society*, 22(1), 53-60

Gagnon, J. H, Simon, W (1986). Sexual scripts: Permanence and change. *Archives Of Sexual Behavior*, 15(2): 97-120

Garofalo Geymonat, G (2016). *Att köpa och sälja sex*. Polen: Daidalos AB

Goffman, E (2011). *Stigma - Den avvikandes roll och identitet*. Finland: Norstedts Förlag AB

Gómez-Suárez, Á., Pérez-Freire, S., Verdugo-Matés, R. M (2016). Dominación, sexualidad masculina y prostitución en España: ¿por qué los hombres españoles consumen sexo de pago?. *Convergencia: Revista De Ciencias Sociales*, (71): 149-174

Gottzén, L., Jonsson, R (2012). *Andra män - maskulinitet, normskapande och jämställdhet*. Polen: Glerups Utbildning AB

Grazian, D (2007). The Girl Hunt: Urban Nightlife and the Performance of Masculinity as Collective Activity. *Symbolic Interaction*, 30(2): 221

Herz, M., Johansson, T (2011). *Maskuliniteter*. Malmö: Liber

Huysamen, M., Boonzaier, F (2015). Men's constructions of masculinity and male sexuality through talk of buying sex. *Culture, Health & Sexuality*, 17(5): 541-554

Jakobsson, N., Kotsadam, A (2011). Gender Equity and Prostitution: An Investigation of Attitudes in Norway and Sweden. *Feminist Economics*, 17(1): 31-58

Kotsadam, A., Jakobsson, N (2014). Shame on you, John! Laws, stigmatization, and the demand for sex. *European Journal Of Law & Economics*, 37(3): 393

Kuosmanen, J (2011). Attitudes and perceptions about legislation prohibiting the purchase of sexual services in Sweden, *European Journal of Social Work*, 14(2): 247-263

Häggström, S (2016). *Skuggans lag – en spanares kamp mot prostitutionen*. Stockholm: Kalla kulor förlag

ICAT (2014) Preventing Trafficking in Persons by Adressing Demand [http://www.ungift.org/doc/knowledgehub/events/ICAT_Demand_paper_-_FINAL.pdf Hämtat 2017-04-22]

May, Tim (2001). *Samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlittera

Marttila, A (2008). Desiring the Other: Prostitution Clients on a Transnational Red-Light District in the Border Area of Finland, Estonia and Russia. *Gender, Technology and Development*. 12(1): 31

Nilsson, B (1999). *Maskulinitet*. Smedjebacken: Boréa

Lind, R (2014). *Vidga vetandet*. Lund: Studentlitteratur

Länsstyrelsen (2014). Prostitutionen i Sverige 2014 - en omfattningskartläggning [<http://www.lansstyrelsen.se/stockholm/SiteCollectionDocuments/Sv/publikationer/2015/prostitution-kartlaggning-2014.pdf> Hämtat 2017-03-10]

Pitts, M. K., Smith, A. M., Grierson, J., O'Brien, M., Misson, S (2004). Who Pays for Sex and Why? An Analysis of Social and Motivational Factors Associated With Male Clients of Sex Workers. *Archives Of Sexual Behavior*, 33(4): 353-358

Raymond, JG (2004). Prostitution on Demand, *Violence Against Women*, 10(10): 1156-1186

Regeringen (2016). *Den svenska sexköpslagen har varit framgångsrik* [<http://www.regeringen.se/artiklar/2016/10/den-svenska-sexkopslagen-har-varit-framgangsrik> Hämtad 2017-03-20]

Sandell et al (1996). *Könsköparna - varför går män till prostituerade*. Falun: Natur & Kultur

SAOB (2017). Sexköp [<http://www.saob.se/so/visa.php?id=1977139268> Hämtat 2017-05-15]

SFS 2005:90 *Lag om ändring i brottsbalken*.

Socialstyrelsen (2007). *Kännedom om prostitution 2007, rapport*, Socialstyrelsen [<http://docplayer.se/1359074-Kannedom-om-prostitution-2007.html> Hämtad 2017-04-10]

SOU 1981:71 *Prostitutionen i Sverige bakgrund och åtgärder*. Betänkande av socialdepartementet.

Strandberg, N (2004). *Mellan tvång och fri vilja*. I: Florin, O., Lundquist, D., Stenstam, E., Viklund, K (red). *Vad har mitt liv med Lilja att göra?* Stockholm: Edita Norstedts Tryckeri

Svedin, CG., Wadsby, M (2014). Kunskapsöversikt beträffande interventioner mot prostitution. [<http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:824387/FULLTEXT01.pdf> Hämtad 2017-04-05]

Svedin, CG., Jonsson, L., Kjellgren, C., Priebe, G., Åkerman, I (2012). Prostitution i Sverige - Huvudrapport - Kartläggning och utvärdering av prostitutionsgruppernas insatser samt erfarenheter och attityder i befolkningen [<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:506410/FULLTEXT01.pdf> Hämtat 2017-04-08]

Vetenskapsrådet (u.å). *Forskningsetiskaprinciper inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning.*

Wiederman, M W (2015). Sexual Scripts Theory: Past Present, and Future. I: DeLamater, J och Plante, R.F (red) *Handbook of the Sociology of Sexualities*. Swietz: Springer International Publishing

Yen, I (2008). Of vice and Men: A New Approach to Eradicating Sex Trafficking by Reducing Male Demand Through Educational Programs and Abolitionist Legislation. *Journal of Criminal Law & Criminology*. 98(2): 653-686

Bilaga 1

Samtycke till intervjun

Vi är två socionomstudenter från Lunds universitet som för närvarande arbetar med vår C-uppsats. Vår uppsats syfte är att undersöka unga mäns attityder till och föreställningar om att köpa och sälja sex.

Det är frivilligt att delta i intervjun och du kan när som helst avsluta ditt deltagande. Du behöver inte svara på alla frågor om du inte vill. Dina uppgifter kommer att aidentifieras och de svar som lämnas kommer inte att kunna kopplas till enskilda individer.

Jag har läst villkoren för intervjun och samtycker till deltagande:

Namn: _____

Datum och ort: _____

Bilaga 2

Intervjuguide

Inledande fråga

Hur skulle du definiera begreppet prostitution?

Maskulinitet/självbild/identitet

- Vilka tänker du köper sex?
 - Varför tror du de köper sex?
- Varför tror du att det är fler män än kvinnor och köper sex?
 - Tror du att mäns och kvinnors sexualitet skiljer sig åt? Varför/ varför inte
- Hur upplever du att attityderna är till att köpa sex bland män i din ålder?
 - Om du och dina manliga vänner diskuterar ämnet prostitution vilka åsikter tror du kommer fram då?
 - Blir man mer eller mindre manlig om man köper sex?
- Om en vän/bekant berättar för dig att han köpt sex, hur skulle du reagera?

Sexköpslagen

- Vad vet du om Sveriges sexköpslag?
(om nej, berättar vi kort vad den innebär)
 - Tror du att den påverkar mäns attityder till att köpa sex?
 - Tycker du att det borde vara lagligt att köpa sex i Sverige?

Synen på kvinnorna

- Vilka säljer?
- Vad tror du är orsakerna till att en kvinna säljer sex?