

Grzegorz Fortuna Jr.

Uniwersytet Gdański

Pornduction Studies. Produkcja i dystrybucja pornografii przed rewolucją cyfrową na przykładzie rynku brytyjskiego

Gra wstępna

Pornografia bardzo często staje się obiektem badań naukowych – jest chętnie rozpatrywana w kontekście edukacji seksualnej (Albury, 2014), krytyki feministycznej (Cornell, 2000), problemu przemocy wobec kobiet (Donnerstein, 1980), niebezpieczeństwa związanego z przenoszeniem chorób wenerycznych (Kraus, 2016), przemian medialnych i społecznych związanych z upowszechnieniem się Internetu (Ruberg, 2016) czy praktyk odbiorczych (Mowlabocus, Wood, 2015)¹. Przemysł pornograficzny rzadko bywa jednak poddawany analizie z perspektywy *production studies* – mechanizmów produkcji i dystrybucji, ich związków z ekonomią itd. Można wręcz odnieść wrażenie, że to jedna z białych plam na mapie badań nad pornografią (choć określenie „biała plama” nie jest być może w tym przypadku najbardziej fortunne).

Dziś pornografia boryka się z wieloma problemami związanymi z rozwojem Internetu, do których zaliczyć można piractwo, wykazywaną przez wielu widzów niechęć do płacenia za oglądanie filmów „dla dorosłych” i wzrastającą popularność darmowych produkcji amatorskich (Brown, 2014), ale była i nadal jest wielomiliardowym biznesem. Według szacunkowych statystyk opublikowanych przez Family Safe Media tylko w 2002 roku – a więc jeszcze przed erą internetowych portali streamingowych, które zmieniły odbiór filmów prezentujących niesymulowany seks – wartość światowego rynku pornografii wynosiła 57 miliardów dolarów, a rynek pornograficzny Stanów Zjednoczonych wart był 12 miliardów dolarów (Simpson, 2004). Jeśli porównamy tę ostatnią kwotę z zy-

¹ Czytelnicy poszukujący publikacji polskojęzycznych mają możliwość przeczytania dwóch niezwykle istotnych książek autorstwa Lindy Williams, które poruszają temat pornografii i seksu w filmie – *Hard core. Władza, przyjemność i „szaleństwo widzialnego”* (2010) i *Seks na ekranie* (2013).

skami ze sprzedaży biletów w amerykańskich kinach w tym samym roku (około 9 miliardów dolarów [The-Numbers.com, 2016]), okaże się, że ekonomiczno-produkcyjno-dystrybucyjne ukierunkowanie badań nad pornografią może być nie tylko niezwykle interesujące, ale wręcz potrzebne – filmy z tego gatunku są bowiem o wiele popularniejsze, niż mogłoby się wydawać.

Niniejszy artykuł ma na celu przyjrzenie się tylko jednemu przypadkowi – mechanizmom produkcji i dystrybucji filmów pornograficznych w Wielkiej Brytanii w okresie przed rewolucją cyfrową. Rynek brytyjski wydaje się idealnym materiałem do przeprowadzenia *case study*, gdyż tamtejsze zasady były i są niezwykle restrykcyjne, co pozwala na wyznaczenie względnie dokładnych ram czasowych funkcjonowania tego rynku. W myśl uchwalonego w 1984 roku Video Recordings Act wszystkie nagrania wizualne rozpowszechniane w Wielkiej Brytanii muszą otrzymać stosowną kategorię wiekową od British Board of Film Classifications (znanego wcześniej jako British Board of Film Censors) (legislation.gov.uk, 2016). Sprzedaż i wypożyczanie pornografii (rozumianej jako filmy prezentujące niesymulowany seks i pokazujące zbliżenia na narządy rozrodcze) były jednak prawnie zakazane aż do 2000 roku, a zezwolenie na jej rozpowszechnianie nawet wówczas wywołało wzburzenie sekretarza stanu, Jacka Strawa (Travis, 2000). Od 2000 roku filmy pornograficzne mogły trafiać na brytyjski rynek po uprzednim otrzymaniu nadawanego przez BBFC certyfikatu R18 pozwalającego na dystrybucję tych tytułów tylko w licencjonowanych kinach dla pełnoletnich widzów i w sex shopach (BBFC, 2016, s. 24). Choć dzięki nowym zasadom pornografia szybko stała się w tym kraju poważnym biznesem, już w 2008 roku przychody ze sprzedaży nośników fizycznych zaczęły drastycznie spadać wskutek popularyzacji platform streamingowych (takich jak YouPorn, RedTube, Pornhub) (Gentleman, 2014) – oznacza to, że usankcjonowany prawnie rynek filmów pornograficznych na nośnikach funkcjonował w Wielkiej Brytanii przez zaledwie niecałą dekadę.

Proces produkcji i dystrybucji filmów porno w tym okresie postaram się zrekonstruować na podstawie wywiadu z Tobym Heighem², wieloletnim pracownikiem Private Media Group, jednego z największych producentów pornografii na świecie i jednocześnie firmy, która jako pierwsza otrzymała zezwolenie na dystrybucję tytułów z kategorią R18. W latach 2002-2009 Toby Heigh najpierw pracował w dziale dystrybucji, a później jako kierownik produkcji, miał więc okazję dokładnie poznać mechanizmy rządzące przemysłem pornograficznym i panujące w nim zasady.

Pozycja pierwsza – podział rynku

Pierwszym krokiem Private na rynku brytyjskim było wprowadzenie do dystrybucji kilku klasycznych filmów pornograficznych z lat siedemdziesiątych –

² Wywiad przeprowadzono 21 czerwca 2016 roku w Gdańsku. Wszystkie informacje i cytaty zawarte w tekście pochodzą z tego wywiadu, chyba że zaznaczono inaczej. Transkrypcja wywiadu znajduje się u autora.

między innymi *Głębokiego gardła* (1972, reż. Gerard Damiano) i *Debbie Does Dallas* (1978, reż. Jim Buckley) – które bardzo dobrze się sprzedawały, dzięki czemu działalność tej firmy mogła się szybko rozwijać.

Produkowane lub dystrybuowane później w Wielkiej Brytanii filmy pornograficzne można podzielić na kilka kategorii: pełnometrażowe produkcje mainstreamowe, filmy dla fetyszystów, „składanki”, superprodukcje i tak zwane *custom porn* lub *bespoke porn*, czyli materiały przygotowywane specjalnie na zamówienie klientów. Każdy z wymienionych typów charakteryzował się odrębną specyfiką. Filmy dla fetyszystów, realizowane z myślą o widzach posiadających bardzo konkretne upodobania seksualne, miały zazwyczaj mniejsze budżety i wydawano je w mniejszych nakładach, ale cena kasety VHS lub płyty DVD z takimi tytułami była wyższa niż w przypadku produkcji mainstreamowych (jak twierdzi Toby Heigh: „im dziwniejsza parafilia, tym film jest droższy. Obskurne tytuły kosztowały trzy razy więcej niż zwykłe DVD”). „Składanki” to po prostu zestaw nagranych na nośniku scen – z których każda trwa nieco ponad pół godziny – niepowiązanych żadną linią fabularną, ale połączonych, jeśli można to tak określić, tematycznie (wszystkie sceny zamieszczone na jednej składance prezentują na przykład seks analny, seks ze starszymi kobietami itd. – „Jeśli w tytule było słowo «anal», to nie było trudno zgadnąć, co można będzie znaleźć w materiałach na płycie”).

Osobną kategorię stanowiły superprodukcje, odpowiedniki blockbusterek w świecie pornobiznesu, w których przygotowywaniu specjalizowało się Private. Firma ma na koncie między innymi „pornograficzną wersję *Bravehearta*, horror w wersji dla dorosłych i *Cleopatę* z modelowanym w 3D starożytnym Rzymem”, a także *Millionaire’a* (2005, reż. Alessandro del Mar), z akcją rozgrywającą się na Seszelach, Kajmanach i w Santo Domingo, czy trzyczęściową, trwającą łącznie prawie sześć godzin, serię *Private Gladiator* (2002, reż. Antonio Adamo), która jest pornograficzną wersją (ale nie parodią) *Gladiatora* Ridleya Scotta z 2000 roku. Jak wspomina Toby Heigh, wysokobudżetowe filmy z niesymulowanym seksem kręcono głównie „po to, żeby się pochwalić”, a przy tym dotrzeć z ofertą firmy do widzów niebędących stałymi klientami sex shopów, zachęcić ich do zakupu kolejnych tytułów i spopularyzować markę. Pornograficzne superprodukcje pełniły więc, podobnie jak blockbustery, rolę „lokomotywu” dla pozostałych filmów studia.

Na przeciwnym biegunie znajdowały się filmy realizowane na zamówienie (wspomniane *bespoke porn* lub *custom porn*), których przygotowaniem zajmowały się o wiele mniejsze od Private studia. W tym przypadku klient mógł wysłać scenariusz dokładnie opisujący jego upodobania seksualne, planowany przebieg poszczególnych scen, ewentualne dialogi, a nawet szczegóły takie jak ubiór aktorów. Przeniesienie fantazji na ekran było skrupulatnie wyceniane przez pracowników firmy i, jeśli doszło do transakcji, film był produkowany. Dziś przygotowywanie specyficznych nagrań z myślą o tylko jednym – odpowiednio mającym – widzu staje się coraz bardziej popularne (Ronson, 2016), ale w czasach przed rozpo-

wszechnieniem pornografii w Internecie tego typu produkcje nieczęsto wychodziły poza wąski krąg zainteresowanych. Co ciekawe, wiele z nich nie zalicza się do pornografii w tradycyjnym rozumieniu tego słowa, w większości przypadków nie przedstawiają one bowiem w ogóle aktu seksualnego, skupiając się jedynie na – zazwyczaj bardzo konkretnej – czynności związanej z upodobaniami klienta:

Masz szklaną podłogę, pod którą jest zamontowana kamera. Na szkle leżą gotowane pomidory, a kamera filmuje od dołu kobiecą stopę, która ugniata te warzywa. Ponoć zleceniodawcy chodziło o same zbliżenia na warzywa rozgniatane między palcami. [...] Podam ci inny przykład: w jednym z filmów źródłem podniety było to, że kobieta pompowała nożną pompką koło samochodowe, a kamera robiła zbliżenia na mięśnie jej łydki. Kogoś podniecał sam fakt napinania mięśni. Ta sama kobieta chodziła potem w szpilekach po schodach, a kamera szła za nią i pokazywała napięcie nogi przy stawianiu kolejnych kroków.

Private nie zajmowało się przygotowywaniem podobnych filmów, nie produkowało także tytułów przeznaczonych dla fetyszystów. Choć firma dążyła do realizacji strategii szerokiego portfolio – w ofercie miała zarówno pełnometrażowe filmy mainstreamowe, „składanki” scen połączonych konkretnym tematem, jak i opisane wyżej superprodukcje – to fetysze i parafilie pozostawiła mniejszym graczom. Być może wynikało to z faktu, że jedna z prób wejścia do niszy filmów dla fetyszystów stóp skończyła się fiaskiem:

Żeby robić filmy dla fetyszystów, trzeba mieć odpowiednią wiedzę. Ja się na tym bardzo przejechałem, robiąc film dla miłośników stóp. To była produkcja, na którą wyłożyliśmy spore pieniądze. Moje pojęcie na temat fetyszystów stóp wyglądało tak, że kogoś podniecają stopy, ale potem musi być przecież seks. Więc wydaliśmy trochę kasy na pedicure dla dziewczyn, film poszedł do dystrybucji i pojawił się w sex shopach. [...] Był totalną kląpą, bo okazało się, że w filmach dla fetyszystów stóp w ogóle nie powinno być seksu. [...] Dopiero później zacząłem się zagłębiać w temat i dowiedziałem się, że dla fetyszystów stóp sam seks to nawet nie jest wisienka na torcie, ale coś męczącego i niepotrzebnego. Chodziło im o sam widok stopy jako przedmiotu, który ich podnieca. Reszta nie miała znaczenia. [...] Uznaliśmy, że nie będziemy się tym zajmować, że skoro idzie nam dobrze w głównym nurcie, to nie będziemy się zajmować niszami.

Pozycja druga – produkcja i organizacja pracy

Toby Heigh wspomina, że praca w dużej firmie zajmującej się pornografią nie różniła się zbytnio od pracy w korporacji – nie licząc towarzyszących jej dźwięków:

Mój kolega przez dziesięć godzin dziennie obrabiał materiał wideo, więc odgłosy były śmieszne. On przewijał te sceny, więc na przykład przez cały

dzień mogliśmy słyszeć te same odgłosy, co było trochę torturą. Kolesi pracuje na przykład nad sceną z gangbaniem, a ty tego cały czas słuchasz. [...] Niewielu pracowników biurowych musi słuchać przez cały dzień, jak ktoś się rąbie.

Gdy Private wchodziło na rynek brytyjski, było już dobrze zorganizowaną, profesjonalnie działającą firmą z doświadczeniem i konkretnymi planami na produkcję i dystrybucję odpowiedniej liczby filmów w danym okresie, co pozwoliło na wyprzedzenie konkurencji. Co więcej, Private dysponowało budżetami, które umożliwiały przygotowywanie filmów wyglądających lepiej niż większość amatorskich produkcji rozpowszechnianych wcześniej nielegalnie w Wielkiej Brytanii:

Mieliśmy tego farta, że kiedy nasze filmy pojawiły się w Europie, to wszyscy chcieli je oglądać, bo to było coś niezwykłego w porównaniu do półamatorskich scenek kręconych gdzieś na kanapie w piwnicy. Dziewczyny były fajne i opalone, kolesie nie wyglądali źle, a plaża na Seszelach to dużo lepsze tło niż plaża w Brighton. Okazało się, że wnosimy jakość, bo to nie są obskurne filmy. To właściwie była jedyna różnica, że czułeś się trochę lepiej, oglądając pornosa, bo to było ładne.

Private już przed ekspansją na rynek brytyjski słynęło z zaskakujących, niekiedy wręcz absurdalnych (i absurdalnie kosztownych) pomysłów, jak chociażby trylogia *The Uranus Experiment* (1999, reż. John Millerman), w której znalazły się sceny seksu w stanie nieważkości. Nakręcono je w samolocie, który wzbił się na odpowiednią wysokość, a później ostro zanurkował, tworząc trwający kilkadziesiąt sekund efekt braku grawitacji. Berth Milton, prezes Private Media Group, powiedział później, że film był jednym z największych bestsellerów firmy (SPACE.com, 2000). *The Uranus Experiment* otrzymał nawet nominację do nagrody Nebula za... najlepszy scenariusz. Przegrał z *Szóstym zmysłem* (1999, reż. M. Night Shyamalan).

Większość kręconych przez Private filmów była jednak o wiele mniej kosztowna i o wiele prostsza pod względem realizacji. Firma zajmowała się głównie przygotowywaniem trwających 35-40 minut materiałów, które później można było połączyć w ramach opisanych powyżej „składanek”. Miały one „prosty schemat: jest seks oralny, potem – w zależności od umowy – jest seks w różnych pozycjach, czasami analny albo z wieloma partnerami. Reżyser planuje kolejność pozycji według własnych fanaberii, ale model pozostaje ten sam – początek, rozwinięcie, kulminacja i papierosek”. Zamiast scenariuszy stosowano zazwyczaj rozpiski kolejności pozycji, ale na planie reżyserzy nie trzymali się ich zwykle zbyt kurczowo: „jeśli aktorzy dobrze się dogadują na planie, to się im po prostu nie przerywa, ale jeśli nie wiedzą, co robić, to dobrze jest mieć taką rozpiskę. [...] To zabrzmie pewnie śmiesznie, ale między aktorami porno jakaś chemia też musi być, to widać, jak im jest dobrze w łóżku”. W ciągu jednego dnia zdjęciowego kręcono nawet do kilku godzin materiału, który można było wykorzystać w „składankach”.

Duże firmy, takie jak Private, często kupowały także tak zwaną surówkę, czyli pornograficzny odpowiednik stockowych materiałów wideo, którą również umieszczano na kompilacjach VHS i DVD. Pozyskiwanie surówki było rentowne, bo nie trzeba było płacić operatorom, reżyserom i innym pracownikom planu: „czasami bardziej opłacało się kupić jakiś materiał niż go kręcić. Jeśli mieliśmy serię, na przykład *Killer Pussy*, która przedstawiała mainstreamowy, klasyczny seks, to w ramach tej serii mogliśmy sprzedawać zupełnie różne materiały kupione z różnych źródeł”.

Większość aktorek w Private pochodziła z Europy Środkowo-Wschodniej – z Czech, Węgier czy Słowacji. Pracownicy firmy jeździli tam, by przeprowadzać castingi. Aktorki i aktorów dobierano także ze specjalnych baz osób zajmujących się występowaniem w filmach pornograficznych:

Jeśli pracujesz w tej branży, to wiesz, kogo potrzebujesz do filmu. Ja wiem na przykład, że potrzebuję dziewczynę z dużym sztucznym biustem albo brunetkę. W pornograficznym mainstreamie to było wszystko bardzo poukładane – szukasz osoby, która jest w stanie zrobić konkretną rzecz, i tę osobę po prostu zatrudniasz.

Do osobnej kategorii należały aktorki (o wiele rzadziej aktorzy), z którymi Private miało kontrakty na wyłączność – były to albo znane gwiazdy porno, albo modelki, które miały szansę zabłysnąć w przyszłości. Po podpisaniu tego typu umowy aktorka nie mogła występować w filmach konkurencji. Model ten przypominał więc system gwiazd z czasów klasycznego Hollywood, w ramach którego obiecujący artyści stawali się niejako pracownikami poszczególnych wytwórni – z tą różnicą, że gwiazd porno nie obowiązywały oczywiście klauzule moralności³.

Znaczna część aktorek dążyła do podpisania takich kontraktów, bo przekładały się zazwyczaj na dłuższą karierę i większą popularność – „Dziewczyny, które miały u nas kontrakty, stały się gwiazdami, wiele z nich zyskało sławę, nie tylko Jenna Jameson czy Briana Banks”. Choć freelancerki mogły nakręcić więcej filmów w czasie roku (nawet między 100 a 200 tytułów), ich kariery były zwykle krótsze, a stawki za jeden tytuł nie rosły wraz z doświadczeniem. Co ciekawe, aktorki zarabiały zdecydowanie więcej od aktorów – podczas gdy modelka otrzymywała za jeden dzień zdjęciowy w mainstreamowym filmie około 500-600 funtów, model mógł liczyć co najwyżej na 200-300 funtów. Wyższe gaje oferowano osobom, które godziły się na występowanie w filmach dla fetyszystów lub scenach przedstawiających na przykład brutalny seks – „im bardziej jesteś elastyczny moralnie i im więcej zrobisz, tym wyższą stawkę dostajesz”. Ponieważ

³ Szerzej zakrojoną, przekonującą paralelę między systemem studyjnym klasycznego Hollywood a pornobiznesem przeprowadziła Nicola Simpson w artykule *Coming Attractions: a Comparative History of the Hollywood Studio System and the Porn Business* (2004). Autorka sugeruje, że podobieństwo nie jest przypadkowe, a branża porno stara się wręcz naśladować hollywoodzkie metody organizacji produkcji i dystrybucji.

lepsze wynagrodzenie otrzymywali także modele grający w filmach przedstawiających gejowski seks, wielu aktorów heteroseksualnych godziło się na występy w takich tytułach głównie z powodów finansowych⁴.

Pozycja trzecia – dystrybucja i badania rynku

Dystrybucja pornografii w Wielkiej Brytanii znacząco się różniła (i nadal różni) od rozpowszechniania filmów prezentujących niesymulowany seks w innych państwach europejskich – w Zjednoczonym Królestwie tego typu tytuły mogą być sprzedawane i prezentowane tylko w kinach i sex shopach, które posiadają specjalne licencje wydawane przez lokalne władze i odnawiane każdego roku (Martin, 2014), a dystrybucja pornografii bez odpowiedniego zezwolenia może skutkować nałożeniem kary w wysokości do 20 tysięcy funtów (Gov.uk, 2016). Jak wspomina Toby Heigh, restrykcje dotyczyły także sprzedaży kaset VHS i płyt DVD przez Internet, więc oferujący te nośniki na rynku brytyjskim sklep prowadzony przez Private musiał być zarejestrowany poza granicami kraju – w tym przypadku w Holandii.

Specyfika brytyjskiego rynku polega także na wspomnianych wyżej certyfikatach wydawanych przez BBFC, które musi otrzymać każdy film trafiający do sprzedaży lub wypożyczania. Wszystkie produkcje porno – zarówno fabularne, jak i „składanki” – były więc wysyłane do urzędu cenzorskiego. Warto przy tym pamiętać, że regulamin BBFC zakłada możliwość niedopuszczenia filmu do dystrybucji lub zmuszenia producenta do wycięcia konkretnych scen:

Musieliśmy każdy film im wysłać do oceny, co mnie zawsze niezmiernie bawiło, bo nie potrafiłem sobie wyobrazić, jak wygląda osoba, która ogląda te filmy i próbuje merytorycznie podejść do tematu. Zdarzały się kuriozalne sytuacje. [...] Pocięto nam film tak absurdalnie, że wyszła z tego opowieść o kobiecie, która szuka miłości. I na końcu jej nie znajduje, więc jest jej przykro.

Jeśli film otrzymał certyfikat R18, mógł trafić do sex shopów. W przypadku filmów o większym budżecie łączyło się to zazwyczaj z organizacją kampanii marketingowych – ponieważ produkcje pornograficzne nie mogły być reklamowane w telewizji czy radiu, wykupywano przede wszystkim rozkładówki w piśmie dla dorosłych, przygotowywano także standy, które później można było ustawiać w sex shopach. Superprodukcje reklamowano także na specjalnych targach branżowych – „na targach filmowych mieliśmy wielkie stoiska, między którymi przechadzały się aktorki. [...] To wszystko robiło wrażenie”.

Wielkie firmy, takie jak Private, dążyły do integracji wertykalnej w zakresie produkcji i dystrybucji, ale sprzedażą zajmowały się już niezależne od nich sklepy. Aby zrobić rozeznanie rynku, do każdej kasety lub płyty przygotowanej

⁴ Do podobnego wniosku doszedł Charlie David, badając współczesny świat gejowskiej pornografii w filmie dokumentalnym *I'm a Pornstar: Gay4Pay* (2016).

przez Private dodawana była pocztówka z pytaniem o ocenę filmu, a także prośbą o podanie informacji, skąd klient dowiedział się o danym tytule, co chciałby w nim zmienić itd. Każdy widz, który odesłał wypełnioną pocztówkę do siedziby firmy, otrzymywał w zamian kasetę lub płytę z kompilacją najlepszych scen i zwiastunów. Choć celem ankiet było przede wszystkim darmowe przebadanie rynku, okazało się, że dla wielu widzów pytania były po prostu zachętą do opisywania seksualnych doświadczeń czy fantazji, które z perspektywy firmy nie były zbyt pomocne:

Odpowiedzi były kuriozalne, do teraz żałuję, że nie mam pudła, w którym trzymaliśmy te pocztówki, bo były takie sytuacje, że na pytanie „jak dowiedziałeś się o naszym filmie?” ktoś odpowiadał „od chłopaka mojego ojca”. Albo że ktoś w ramach odpowiedzi na pytanie „co chciałbyś zobaczyć w naszych filmach?” nabazgrał pismem psychopaty – trochę jak z *Siedem – WIĘCEJ KARŁÓW*”.

Ludzie wysyłali nam bardzo konkretne listy. Ktoś pytał na przykład, dlaczego w filmach pornograficznych nie ma momentu rozbierania, dlaczego kobieta najpierw się pręży w bieliznie, a w następnej scenie już nie ma bielizny i dochodzi do seksu oralnego. Gość sugerował, żeby zamiast bielizny na zamki błyskawiczne używać takiej na rzepy, żeby dziewczyny się rozbierały z gracją, a nie były – tu cytat – „nagie jak kurczaki na wystawie w mięsny”.

Okazało się, że te badania rynku to była taka trochę przynęta na czubków. Jeden z listów zaczynał się od zdania „Masturbuję się od dwunastego roku życia. Teraz mam 78 lat. W moim życiu widziałem już wszystko – od obscurnych niemieckich produkcji po wystawne filmy amerykańskie. Mam kilka uwag”. Lista jego pomysłów liczyła sześć stron. Opisywał nawet to, jak jego zdaniem powinny wyglądać zbliżenia na usta.

Toby Heigh wspomina ponadto, że efekty badań nie były zbyt wymierne – na przykład z przeprowadzonych w 2004 lub w 2005 roku ankiet, w których zapytano klientów o ulubioną niszę pornografii, wynikało, że największą popularnością cieszą się urofilia i seks z kobietami w ciąży, czego nie potwierdzały statystyki sprzedaży. Firma postanowiła nie zmieniać planów produkcyjnych i dalej przygotowywać przede wszystkim „klasyczne” filmy pornograficzne.

Kulminacja i papierosek

Choć kontrakty przypisujące gwiazdy na wyłączność do wytwórni, traktowanie superprodukcji jako „lokomotywu” i inne opisywane przez Nicolę Simpson (2004) metody sugerują, że strategie biznesowe wykorzystywane przez firmy rozpowszechniające materiały pornograficzne są wtórne wobec tych, które Hollywood wypracowało przed dekadami, branża porno jest jednocześnie tą, w której wszelkie zmiany technologiczne odczuwalne są najszybciej, a nowinki – takie jak kasety wideo na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych czy roz-

wój Internetu w połowie minionej dekady – potrafią przemodelować cały rynek w ciągu zaledwie kilku miesięcy.

Toby Heigh przyznaje, że gdy zniesiono zakaz dystrybucji filmów pornograficznych w Wielkiej Brytanii w 2000 roku, Private miało „nieprzyzwoite zyski”:

Sprzedawaliśmy kosmiczne ilości VHS-ów, w jednym miejscu trzymaliśmy trzysta tysięcy kaset. [...] Początek XXI wieku to była złota era. Nagle zrobiliśmy się bardzo bogaci. [...] Kasynty szły super, a DVD stało się tanim nośnikiem. Rynek eksplodował.

Ponieważ firma nie miała żadnych problemów finansowych, początkowo bagatelizowano rozwój Internetu:

Pamiętam, że byliśmy na konferencji, na której koleś mówił, że przyszłością pornografii będzie Internet i urządzenia mobilne, a wszyscy go wyśmiali. Ja zresztą też, bo dwa dni wcześniej sprzedałem na targach kilka kontenerów kaset i płyt. Tymczasem dwa lata później my musieliśmy zwiijać interes, a ci, którzy weszli w dystrybucję internetową, mieli kasy jak lodu.

Dane opublikowane przez portal Pornhub.com (2016) z okazji dziesięciolecia działalności doskonale obrazują tę zmianę – między listopadem 2007 roku a kwietniem 2009 roku liczba wizyt na stronie wzrosła dziesięciokrotnie, od 1 do 10 milionów wejść dziennie. Podczas gdy w 2007 roku na stronę trafiły 134 godziny materiałów wideo, w 2009 roku internauci mogli obejrzeć 6743 godziny nowych filmów. Co więcej, powstały w 2007 roku portal już w sierpniu 2008 roku opublikował wersję strony na urządzenia mobilne. Dla działających na rynku kaset i płyt firm, których szefostwo nie pomyślało o założeniu stron internetowych odpowiednio szybko, rozwój pornografii internetowej był śmiertelnym ciosem:

Ci, którzy nie byli na to przygotowani, musieli się zwiijać. Ci, którzy mieli tyle oleju w głowie, żeby przerzucić się na zabawki erotyczne, jakoś przetrwali. Ale to był cios, walnięcie siekierą w sam środek stołu. Z naszej perspektywy cały proces trwał sekundę. [...] Myśmy się za późno obudzili z pomysłem na serwis w Internecie. [...] Nasz pierwszy portal był w całości napisany w HTML-u ręcznie, więc żeby dodać jakieś produkty, to była katorga. A serwis kosztował tak wielkie pieniądze, że to się w głowie nie mieściło.

Kto wtedy miał kasę i pomysł, żeby to rozkręcić, dziś ma majątek, a wiele firm poszło w zapomnienie. I działo się to bardzo szybko, zamykaliśmy filie niemal od razu. Zostało mi pudło filmów z Brianą Banks i Jenną Jameson, więc przez dłuższy czas miałem ten sam prezent dla wszystkich znajomych na urodziny. [...] Proces był bardzo brutalny, nie było czasu przejściowego.

Toby Heigh przekonuje ponadto, że „w pornografii zawsze trzeba było być o krok do przodu”. I nie jest odosobniony w tej konstatacji. Patchen Barss po-

święcił związkom pornografii i technologii książkę *The Erotic Engine: How Pornography has Powered Mass Communication, from Gutenberg to Google* (2011), w której dokładnie opisuje, w jaki sposób filmy prezentujące niesymulowany seks wpłynęły na rozwój płatności internetowych czy serwisów streamingowych, umożliwiając ich wykorzystywanie także w innych branżach. Jako że pornografia często jest bagatelizowana, pomijana lub cenzurowana, pracujący przy niej producenci i dystrybutorzy muszą niezwykle szybko dostosowywać się do nowych warunków i wynalazków i opracowywać metody docierania do klientów. Przykład rynku brytyjskiego zdaje się więc potwierdzać, że pornografia to poniekąd czarny koń świata mediów i rozrywki – niezwykle istotny gracz, który potrafi włączyć się do gry i zmienić jej zasady, choć zawsze korzysta z tylnego wejścia.

Bibliografia

- Albury, K. (2014). *Porn and sex education, porn as sex education*. „Porn Studies”, vol. 1, no. 1-2.
- Barss, P. (2011). *The Erotic Engine: How Pornography has Powered Mass Communication, from Gutenberg to Google*. Westminster: Anchor Canada.
- BBFC (2014). *BBFC Guidelines: Age Ratings You Trust*, s. 24. http://www.bbfc.co.uk/sites/default/files/attachments/BBFC%20Classification%20Guidelines%202014_5.pdf (dostęp: 24.02.2016).
- Brown, S. C. (2014). *Porn Piracy: an Overlooked Phenomenon in Need of Academic Investigation*. „Porn Studies”, vol. 1, no. 3.
- Cornell, D. (2000). *Feminism and Pornography*. Oxford: Oxford University Press.
- Donnerstein, E. (1980). *Pornography and Violence against Women: Experimental Studies*. „Forensic Psychology and Psychiatry”, vol. 347.
- Gentleman, A. (2014). *Sex Doesn't Sell: The Decline of British Porn*. <https://www.theguardian.com/culture/2014/oct/05/sex-sell-decline-british-porn-xbiz-regulations-children> (dostęp: 20.02.2016).
- Gov.uk (2016). <https://www.gov.uk/sex-shop-and-cinema-licence> (dostęp: 20.02.2016).
- Kraus, S.W. (2016). *Lights, Camera, Condoms! Assessing College Men's Attitudes Toward Condom Use in Pornography*. „Journal of American College Health”, vol. 64, no. 2, s. 139-146.
- Martin, A. (2014). *Sex Shops in England's Cities*, [w:] P. J. Maginn, Ch. Steinmetz (red.), *(Sub) Urban Sexscapes: Geographies and Regulation of the Sex Industry*. Londyn i Nowy Jork: Routledge, s. 44-59.
- Mowlabocus, S., Wood, R. (2015). *Introduction: Audiences and Consumers of Porn*. „Porn Studies”, vol. 2, no. 2-3.
- Legislation.gov.uk (2016). <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1984/39/contents> (dostęp: 20.02.2016).
- Pornhub.com (2016). <https://www.pornhub.com/event/10years> (dostęp: 10.07.2016).
- Ronson, J. (2016). *Jon Ronson on Bespoke Porn: 'Nothing is Too Weird. We Consider All Requests'*. <https://www.theguardian.com/culture/2016/jul/29/jon-ronson-bespoke-porn-nothing-is-too-weird-all-requests> (dostęp: 29.07.2016).
- Ruberg, B. (2016). *Doing it for Free: Digital Labour and the Fantasy of Amateur Online Pornography*. „Porn Studies”, vol. 3, no. 2.
- Simpson, N. (2004). *Coming Attractions: a Comparative History of the Hollywood Studio System and the Porn Business*. „Historical Journal of Film, Radio and Television”, vol. 24, no. 4.

SPACE.com (2000). *To Boldly Go: Star Trek, Sex and Space*. https://web.archive.org/web/20080706183639/http://www.space.com/sciencefiction/movies/milton_interview_000516.html (dostęp: 20.02.2016).

The-Numbers.com (2016). <http://www.the-numbers.com/market/> (dostęp: 20.02.2016).

Travis, A. (2000). *Straw's fury at obscenity verdict*. <https://www.theguardian.com/uk/2000/may/17/alantravis1> (dostęp: 21.02.2016).

Williams, L. (2010). *Hard core. Władza, przyjemność i „szaleństwo widzialnego”* (tłum. J. Burzyńska, M. Wojtyna, I. Hansz). Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

Williams, L. (2013). *Seks na ekranie* (tłum. M. Wojtyna). Gdańsk: słowo/obraz terytoria.

Pornduction Studies. Production and Distribution of Adult Films Before the Internet Era on the Example of the British Film Market

Thanks to legal and economic reasons the British market of pornographic films seems like a very interesting material for a case study, since fully legal distribution of adult films lasted only about a decade before it was wiped out by the Internet. The main aim of the article is to reconstruct the mechanisms of production and distribution of pornography in the UK before the Internet era and confront methods used by adult movie producers with those used by the makers of traditional movies. Most of the information is based on an interview conducted by the author with a former employee of Private Media Group, one of the biggest providers of pornography in Europe.