

# Regulering van beeldcultuur

Over de haalbaarheid en wenselijkheid van (verdere) regulering van de beeldcultuur.

**Sociologie van het beleid – Afsluitend  
werkstuk**

**17 januari 2008**

Tomas Zwinkels  
Ina Boudier Bakkerlaan, 181  
3582 ZH, Utrecht  
tel. +31(0) 62609496  
Tomas.Zwinkels@student.UvA.NL

## INHOUDSOPGAVE

Inhoudsopgave .....	2
1. Inleiding .....	3
2. Problemen en beeldcultuur .....	4
2.1 Anorexia nervosa .....	4
2.2 Seksualisering, instrumentele seks en tienerzwangerschappen .....	6
3. Beeldervaring door een (cognitief)psychologische lens .....	8
3.1 Het verschil tussen plaatjes en woorden .....	8
3.2 Het emotionele brein .....	9
3.3 Ontwikkelingen in de beeldcultuur en het (emotionele) brein .....	10
4. Regulering van beeldcultuur .....	11
4.1 Bestaande regulering: Leeftijdsclassificaties .....	11
4.2 Bestaande regulering: Verbod en regulering van reclame .....	13
4.3 Bestaande regulering: Gelabelde zendtijd bij de publieke omroep .....	13
4.4 Potentiële regulering: (verplicht) bijschrift bij 'gefotoshopte beelden' .....	14
4.5 Potentiële regulering: Minimaliseren van 'verkeerde beelden' door verbod of zelfregulering .....	15
4.6 Potentiële regulering: Media vaardigheid & media educatie .....	19
5. Conclusie .....	21

# 1. INLEIDING

Met de opkomst van wat de 'nieuw media' genoemd wordt, spreekt men tevens over een 'niet te stuiten opmars' van de beeldcultuur<sup>1</sup>. De beeldcultuur zet men hierin af tegen de, tot voor kort dominante, 'schriftcultuur', waarin vooral het geschreven woord een belangrijke rol speelde. Met de komst van de beeldcultuur heeft beeld de eeuwenlange dominantie van het schrift als middel voor communicatie op afstand overgenomen. Zoals zovele ontwikkelingen is deze opmars niet zonder veronderstelde problemen. Het bredere thema van dit essay kan dan ook sinds jaar en dag rekenen op aandacht van de (culturele) elite: 'onwenselijk' gedrag als gevolg van 'verkeerde' cultuur.

Voor cultuur hanteer ik in dit stuk de benadering van cultuur als 'een factor in gedrag', zoals deze door Goudsblom wordt gehanteerd in *'Nihilisme en Cultuur'*:

*"Cultuur is een vormend principe; het maakt bepaalde gedragingen en belevingen beschikbaar en aanvaardbaar (mogelijkheden), gewenst of verplicht (opdrachten)"<sup>2</sup>.*

Wanneer een bepaalde gedraging een culturele invloedsfactor heeft dan spreekt Goudsblom over een 'cultuurelement'<sup>3</sup>. In dit stuk beschrijf ik verschillende cultuurelementen in de beeldcultuur waarvan wordt verondersteld dat deze bepaalde, onwenselijke, gedragingen tot gevolg hebben.

De opkomst van de beeldcultuur gaat dus gepaard met zorgen. Om er een paar te noemen: de negatieve invloed van seks en geweld op televisie op de ontwikkeling van jonge kinderen<sup>4</sup>, het ontstaan van wat door een groep nieuwe 'feministen' een 'onhaalbaar schoonheidsideaal' wordt genoemd<sup>5</sup>, een vermeende relatie met een toename van het aantal Anorexia nervosa patiënten<sup>6</sup> en het aantal meisjes dat wordt blootgesteld aan instrumentele en/of onvrijwillige seks<sup>7</sup> en een beperkte 'mediaweerbaarheid' van burgers, als gevolg waarvan zij niet in staat zijn om zichzelf op basis van de aangeboden media een realistisch beeld van specifieke gebeurtenissen en de wereld te vormen<sup>8</sup>.

---

<sup>1</sup> De opkomst van de beeldcultuur, lezing van Fransico gehouden op het Congres ['Taal en beeld'](#) van het [Genootschap Onze Taal](#) op zaterdag 3 november in De Doelen te Rotterdam.

<sup>2</sup> Goudsblom, J. (1960, druk 2003). *Nihilisme en cultuur: een Europese ideeengeschiedenis in een sociologisch perspectief*. Meulenhof: Amsterdam. p 81.

<sup>3</sup> Ibid. P 79.

<sup>4</sup> <http://www.kijkwijzer.nl/pagina.php?id=4>

<sup>5</sup> Larissa Pans, Marije Lieuwens, Myrthe Hilken, Sunny Bergman. (april 2007). *Manifest: Seks moet weer haute culture worden*.

<sup>6</sup> Nasser (1994) in Simpson KJ. (2002) Anorexia Nervosa and culture. *J Psychiatr Ment Health Nurs*, 9 (1), 65-71. [PMID 11896858](#).

<sup>7</sup> *Seks onder je 25<sup>e</sup> – Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Rutgers Nisso Groep/Soa Aids Nederland.

<sup>8</sup> Zie onder andere: Stichting Beeldcultuur & Weblog Luytendyk, *Waarom een inferieur medium toch moeilijker is* <http://weblogs.nrc.nl/weblog/joris/2007/07/18/waarom-een-inferieur-medium-toch-moeilijker-is/>

De uitingen van deze zorgen gaan, soms expliciet en soms impliciet, vergezeld van voorstellen om deze problemen te verhelpen. Men pleit dan voor regulering van de beeldcultuur. Deze regulering is het onderwerp van dit essay. Ter beoordeling ligt de wenselijkheid en haalbaarheid van (verdere) regulering van de beeldcultuur. Aan regulering van beeldcultuur liggen enkele algemene patronen ten grondslag, waarvan het handig bleek om deze te illustreren met gebruik van een specifieke casus. Ik gebruik hiervoor een casus die recentelijk veel aandacht heeft gekregen; namelijk de portretering- en seksualiserings problematiek. Respectievelijk, het 'onhaalbare' vrouwelijke schoonheidsideaal en haar invloed op het gedrag van jonge vrouwen, waaronder de aandoening Anorexia nervosa en de veronderstelde problemen als gevolg van 'seksualisering' van de samenleving. Welke (vermeende) invloed hebben beelden hier specifiek op gedrag en welke voorstellen zijn er gedaan om dit onwenselijke gedrag te verminderen? Wat kunnen deze voorstellen ons leren over de algemene haalbaarheid en wenselijkheid van verdere regulering van de beeldcultuur?

In dit kader besteed ik naast aandacht aan de rol van de overheid ook aandacht aan andere beleidsactoren, zoals de mediabedrijven, koepelorganisaties en stichtingen ter bevordering van de 'mediaweerbaarheid'.

Als men pleit voor regulering van beeldcultuur dan doet men, al dan niet indirect, uitspraken over (ethisch) onwenselijke handelingen die burgers verrichten. Men veronderstelt dat ze deze handelingen niet verricht zouden hebben, wanneer ze niet (herhaaldelijk) met een bepaalde beelduiting geconfronteerd zouden zijn. Met regulering van (beeld)cultuur tracht men dus indirect gedrag te reguleren. Aangezien definities van (on)wenselijke gedrag vanzelfsprekend sterk ethisch geladen zijn, zal ik in dit essay trachten inzicht te geven in ethische basisprincipes die aan bepaalde (bestaande en potentiële) regulering ten grondslag liggen. Ik zelf zal de voorgestelde regulering veelal onderwerpen aan een utilistische afweging.

In de eerste paragraaf behandel ik enkele van deze onwenselijke handelingen en hun vermeende samenhang met de beeldcultuur en meer specifiek het moderne vrouwelijke schoonheidsideaal. Vervolgens kijk ik kort naar 'beeldervaring' door een (cognitief) psychologische lens. Daaropvolgend behandel ik bestaande en voorgestelde regulering van beeldcultuur. Bij de voorstellen tot verdere regulering zal ik aandacht besteden aan de haalbaarheid en wenselijkheid van deze initiatieven. In de conclusie zal ik afsluiten met een pleidooi voor de ontwikkeling van een (beter) interpretatief kader voor beelden.

## 2. PROBLEMEN EN BEELDCULTUUR

In dit hoofdstuk behandel ik de problematiek van Anorexia nervosa, seksualisering, instrumentele seks en tienerzwangerschappen en de cultuurelementen die (mede) aan deze problematiek ten grondslag liggen.

### 2.1 ANOREXIA NERVOSA

#### 2.1.1 Probleem

In totaal lijden in Nederland 370 op de 100.000 jonge vrouwen aan Anorexia nervosa (incidentie). Per jaar komen er 1.300 jonge vrouwen met Anorexia nervosa bij. Ongeveer 5500 vrouwen (per jaar) hebben de aandoening (prevalentie)<sup>9</sup>. Van de Anorexia nervosa patiënten sterft zo'n 10% aan de aan de ziekte

---

<sup>9</sup> Prevalentie volgens Centrum Eetstoornissen, Ursula uit Sullivan, P.F. (1995). Mortality in anorexia Nervosa, American Journal of Psychiatry, Vol. 152, (7), p1073-1074.

gerelateerde aandoeningen; hiermee is het (percentueel gezien) de meest dodelijke psychische aandoening<sup>10</sup>. Anorexia Nervosa komt het meest voor bij jonge meisjes en kenmerkt zich door een erg laag lichaamsgewicht, een obsessieve angst om dikker te worden en 'vertekend lichaamsbeeld'<sup>11</sup>. Er zijn aanwijzingen dat dit laatste een gevolg is van maatschappelijke invloed.

### 2.1.2 Oorzaken

Er is erg veel aandacht geweest vanuit de sociale psychologie voor deze aandoening, juist vanwege de vermeende culturele oorzaken ervan<sup>12</sup>. Men is er redelijk van overtuigd dat het ideaalbeeld van dunne vrouwen, wat in de media naar voren komt, één van de oorzaken van Anorexia nervosa is. Tiggeman en Pickering hebben voor jonge meisjes een correlatie aangetoond tussen ten eerste: ontevredenheid over het lichaam en het kijken naar films en soaps en ten tweede: het kijken naar muziekvideo's en een 'drive for tinness'. Deze, overigens lage, correlaties geven enige reden om aan te nemen dat 'beelden in de media' ontevredenheid over het lichaam en 'hang naar slankheid' tot gevolg hebben. Toch moeten we, zoals altijd, voorzichtig zijn om op basis van een correlatie causale uitspraken te doen. De omgekeerde beredenering lijkt minder plausibel, maar zou immers ook verdedigbaar zijn: meisjes die graag een dunner lichaam willen, kijken meer naar films, soaps en muziek video's.

Een sterkere aanwijzing voor een causaal verband tussen een slanke portrettering in de beeldcultuur van vrouwen, vinden we bij vergelijkend onderzoek tussen landen. Hieruit blijkt dat in landen waarin de welvaart en 'westerse' (beeld)cultuur in opkomst is, tevens het aantal Anorexia nervosa patiënten toeneemt. Aangezien een 'slank vrouwbeeld' voornamelijk sterk naar voren komt in de westerse beeldcultuur (en het niet aannemelijk is dat het aantal Anorexia Nervosa patiënten de oorzaak is van een toegenomen welvaart), vinden we hierin wederom enige aanleiding om bovenstaande veronderstelling aan te nemen. Overigens zou ook een 'derde variabele' de oorzaak van het gevonden verband kunnen zijn. Bijvoorbeeld een algehele welvaartstoename, als gevolg waarvan de bekendheid van de ziekte en de behandeling van Anorexia nervosa patiënten toeneemt.

Er zijn dus aanwijzingen dat Anorexia nervosa mede veroorzaakt wordt door een 'slank ideaalbeeld' in de beeldcultuur. Toch is men het over de specifieke zwaarte van deze factor sterk oneens. Een groot scala aan factoren, variërend van gepest worden, tot het eetgedrag en de verwachtingen van ouders, zijn risico factoren. Tevens blijkt Anorexia nervosa tevens ook in niet westerse culturen met enige regelmaat voor te komen<sup>13</sup>.

Naast Anorexia nervosa zijn er nog enkele andere problemen, waarvan wordt verondersteld dat deze een gevolg zijn van 'foutieve beelden' in de westerse beeldcultuur. Deze zijn het onderwerp van de volgende paragraaf.

---

<sup>10</sup> Birmingham CL, Su J, Hlynsky JA, Goldner EM, Gao M. (2005) The mortality rate from anorexia Nervosa. *International Journal of Eating Disorders*, 38 (2), 143-6. [PMID 16134111](#).

<sup>11</sup> American Psychiatric Association (1994) *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 4th edn. AMA, Washington, DC.

<sup>12</sup> Nasser (1994) in Simpson KJ. (2002) Anorexia Nervosa and culture. *J Psychiatr Ment Health Nurs*, 9 (1), 65-71. [PMID 11896858](#).

<sup>13</sup> Simpson KJ. (2002) Anorexia Nervosa and culture. *J Psychiatr Ment Health Nurs*, 9 (1), 65-71. [PMID 11896858](#).

## 2.2 SEKSUALISERING, INSTRUMENTELE SEKS EN TIENERZWANGERSCHAPPEN

### 2.2.1 Probleem

Volgen het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap is er een proces van ‘seksualisering’ gaande wat vergaande, negatieve, gevolgen heeft voor de samenleving. Zo spreekt men in de meest recente emancipatienota over:

*“Tienermeisjes die seksuele handelingen verrichten in ruil voor een drankje, een prepaid telefoonkaart of een dure spijkerbroek, uitdagend ondergoed voor jonge meisjes in de schappen van het warenhuis, meisjes die chirurgische ingrepen aan hun geslachtsorgaan ondergaan.”<sup>14</sup>”*

Met dit soort verschijnselen worden we via de media bijna dagelijks geconfronteerd. Aldus de emancipatienota. De nota constateert dat er een maatschappelijk debat gaande is over de ‘seksualisering van vrouwen’. De nota stelt tevens dat:

*“het in kader van het emancipatiebeleid belangrijk is om stil te staan bij de mogelijke gevolgen van deze toenemende seksualisering. Zo lijkt de nu heersende seksuele moraal onder jongeren tot een verruwing van seksuele omgangsvormen te leiden, waardoor de lichamelijke integriteit en veiligheid van meisjes in gevaar komt. Eén op de zes meisjes en één op de twintig jongens onder de 25 is wel eens gedwongen tot het verrichten of ondergaan van seksuele handelingen die men eigenlijk niet wilde. Bij ongeveer eenderde van alle ingeschreven zedendelicten door jeugdigen in de jaren 1996 - 2004 was sprake van een delict in groepsverband”<sup>15</sup>”*

In deze nota stelt men dat ‘de samenleving seksualiseert’ en dat het ‘vrouwbeeld seksualiseert’ en dat als gevolg hiervan onder jongeren een ‘ruwere’ seksuele moraal heerst waardoor er meer ‘instrumentele’ en onvrijwillige seks plaatsvindt. Tevens zou deze ‘seksualisering’ tienerzwangerschappen tot gevolg hebben.

In een ‘pamflet tegen de seksualisering’ wat als titel draagt ‘Hoerenlopen is niet normaal’ stelt Karina Schaapman (PvdA):

*“Vanaf de jaren zestig nam de seksualisering van de samenleving een enorme vlucht. Makkelijker dan voorheen werden vrouwen gezien als te exploiteren objecten.[...] Opvallend genoeg praten zowel jongens als meisjes graag over normen en waarden, over wat echt is en onecht, wat goed is en slecht. Maar het lijkt wel of het hun ontbreekt aan een moreel kompas. De gesprekken met jongeren hebben mij ervan overtuigd dat bewustwording, voorlichting en waarschuwen noodzakelijk zijn om een mentaliteitsverandering te bewerkstelligen. Wij moeten jongens en mannen laten weten wat voor samenleving wij willen.”<sup>16</sup>”*

Bovenstaande citaten illustreren een probleem met seksualisering en claimen een slechte seksuele moraal onder jongeren. Deze heeft verruwing van seksuele omgangsvormen en zedendelicten tot gevolg. Men problematiseert de seksuele moraal en mentaliteit van jongeren en spreekt van de noodzaak om een ‘mentaliteitsverandering’ te bewerkstelligen.

---

<sup>14</sup> Ministerie van OC&W (2007). *Meerkansen voor vrouwen: Emancipatiebeleid 2008 – 2011*. p 61.

<sup>15</sup> Ministerie van OC&W (2007). *Meerkansen voor vrouwen: Emancipatiebeleid 2008 – 2011*. p 62. gegevens zijn afkomstig van” *Seks onder je 25 – Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2005*. Rutgers Nisso Groep/Soa Aids Nederland. & Looije et al, *Gedwongen seks als groepsactiviteit: een dossierstudie naar groepszedendelicten*, In: *Tijdschrift voor seksuologie* (2004) 28, 183-196.

<sup>16</sup> Karina Schaapman. (2006). Pamflet: Hoerenlopen is niet normaal → <http://www.amsterdam.pvda.nl/nieuwsbericht/3702>

### 2.2.2 Oorzaken

He ministerie doet geen moeite om de gesuggereerde causale relatie tussen seksualisering en instrumentele en onvrijwillige seks te onderbouwen. Deze relatie is dan ook (nog) niet aangetoond. Deze is ook niet erg logisch, mede omdat er geen sprake is van een toename in onvrijwillige seks en tienerzwangerschappen, terwijl de samenleving volgens de nota wel 'seksualiseert'. Het ministerie erkent later deze kennislacune en kondigt aan opdracht te hebben gegeven tot onderzoek naar de gevolgen van 'seksualisering' voor vrouwen.

Wat is nu precies deze 'seksualisering' van de samenleving? Het begrip 'seksualisering' suggereert dat er een proces gaande is wat thuishoort in het rijtje 'medicalisering' en 'geneticalisering'. Deze '-aliserings' processen zijn gedefinieerd als processen waarin men 'steeds meer in termen van de medische wetenschap / de genetica over zichzelf en de wereld gaat nadenken'<sup>17</sup>. Seksualisering zou hierin dus te definiëren zijn als het proces waarin mensen (jongeren) steeds meer over zichzelf en de wereld gaan denken in seksuele termen. Mensen, en specifiek jongeren, zouden de wereld dus steeds sterker in een 'seksueel' licht gaan zien.

In hoeverre wordt deze seksualisering nou veroorzaakt door veranderingen in de (beeld)cultuur? Is er, zoals het ministerie veronderstelt, sprake van een externe factor die er toe leidt dat jongeren zaken in een sterker seksueel licht gaan zien? In hoeverre heeft enige menselijke gerichtheid op seks niet vooral een biologische basis? In het antwoord op deze vragen biedt de 'gedragsbenadering' van cultuur van Goudsblom uitkomst. Cultuur maakt bepaalde gedragingen en belevingen beschikbaar en aanvaardbaar (mogelijkheden), gewenst of verplicht (opdrachten). Als we enige menselijke gerichtheid op seks als 'biologisch gegeven' nemen (we gaan er van uit, dat zich in de afgelopen 100 jaar geen biologische verandering in de menselijke opbouw hebben voortgedaan, die er toe hebben geleid dat mensen nu meer met seks bezig zijn) dan moeten veranderingen in seksueel gedrag veelal culturologisch verklaard worden.

In de christelijke cultuur was seksueel gedrag 'ongewenst' en zedelijkheid 'verplicht'. De cultuuropdracht was eigenlijk om je simpelweg niet seksueel te gedragen. Dat sommige mensen zich desalniettemin 'in het donker' te buiten ging aan allerlei seksuele escapades, was het werk van de duivel en een gevolg van de 'zwakte van het vlees'. Seksuele uitingen in het openbaar waren niet acceptabel en dus ook niet beschikbaar. Sinds dit 'religieuze monopolie' op de seksuele moraal is verdwenen, heeft de menselijke gerichtheid op seks meer ruimte gekregen. Vanwege de 'prikkelbaarheid' van mensen met betrekking tot seks maken reclamebureaus naarstig gebruik van de ontstane ruimte, waarmee seks en seksualiteit steeds meer in het publieke domein komen.

Commercie speelt in veel westerse landen een belangrijke rol in de 'beschikbaarheid' van seksuele prikkels. Seks, geweld en eten zijn 'de' drie directe bronnen tot genotservaring. Het is dan ook niet raar dat er een uitgebreid aanbod beschikbaar is om jongeren (en volwassenen) in hun behoefte aan seksuele prikkels te voorzien. Omdat seksualiteit een deel van haar christelijk normatieve lading verliest, wordt het meer dan eerst aan het individu zelf hoe hij of zij vorm wil geven aan de eigen seksualiteit. Hierbij hoort wellicht ook de mogelijkheid om de 'instrumentele' waarde van seks te verkennen.

Er blijkt een zeer grote behoefte aan middelen waarmee men aan deze 'seksuele vormgeving' kan werken. Kijk maar naar de kopteksten van de hedendaagse vrouwenmagazines, de populariteit van seksuele zelfhulpboeken, maar bijvoorbeeld ook naar de kijkcijfers van 'vrouwerseries' waarin seks een

---

<sup>17</sup> Zie voor meer informatie over medicalisering en geneticalisering respectievelijk: Swaan, de (1985). *Het medische regime*. Amsterdam: Meulenhof & Novs, Carlos en Nikolas Rose(2000). Genetic risk and the birth of the somatic individual. *Economy and society*. 29-4. p 485-513

belangrijke rol speelt, zoals: Sex in the City, Desperate Housewives, Gooische Vrouwen en Grey's Anatomy. In die zin is het opvallend dat het aanbod voor seksuele vorming van vrouwen sterk in het publieke domein aanwezig is, terwijl dit expliciete aanbod voor mannen in de publieke ruimte grotendeels lijkt te ontbreken. In 'de schaduw': de donkere gewelven van het internet en het 'speciale hoekje' in de videotheek is het echter massaal aanwezig. Pornografie is nog steeds een mannenaangelegenheid, wordt veelal als 'vrouwonvriendelijk' aangemerkt en is nog steeds een beetje 'vies'. Is de seksuele behoefte van mannen te 'banaal' voor de publieke ruimte of zijn het juist de mannen die gniffelend in hun redactiekantoren seksuele prikkels de publieke ruimte in sturen om Neerlands vrouwen maar net zo seksueel geobsedeerd te krijgen als zichzelf?

De conclusie is waarschijnlijk een open deur, of misschien zelfs beschamend, maar seks blijkt gewoon enorm belangrijk te zijn voor veel mensen en commerciële partijen voorzien graag in deze behoefte. De omschreven 'seksualisering' wordt in de emancipatienota als verwerpelijk bestempeld, maar zou in dit kader ook gezien kunnen worden als een bevrijdend fenomeen: de vrucht van de seksuele revolutie.

'Seksualisering' lijkt mij dan ook meer betrekking te hebben op een (op behoeftes inspelende) toegenomen hoeveelheid seksuele prikkels in de media, dan op een tendens waarin men de wereld meer in seksuele termen gaat bekijken. Men is immers 'hardwired' voor enige gerichtheid op seks; wanneer men dat niet was geweest dan had men zich immers niet voortgeplant. Er is op een bepaalde manier zeker sprake van een 'seksualisering' van de samenleving, maar ik zou er voor willen pleiten om deze 'seksualisering' te definiëren als een proces waarin men in toenemende mate wordt blootgesteld aan seksuele prikkels. Seksuele prikkels zijn hierbij simpelweg te definiëren als: prikkels die (bedoeld zijn om) mensen opgewonden doen raken of, al dan niet onbewust, aan seks doen denken.

### 3. BEELDERVARING DOOR EEN (COGNITIEF)PSYCHOLOGISCHE LENS

Alvorens over te gaan tot enkele voorstellen om de prevalentie van Anorexia nervosa terug te dringen en om de besproken 'seksualisering van de samenleving' tegen te gaan. Pak ik een vergrootglas, daal af naar het microniveau, alwaar ik beelden en hun invloed op gedrag bekijk door een (cognitief) psychologische lens.

#### 3.1 HET VERSCHIL TUSSEN PLAATJES EN WOORDEN

Er is, psychologische gezien, nogal een verschil tussen plaatjes en woorden. Een cliché wat in dit kader natuurlijk niet kan ontbreken is de overbekende frase die stelt dat "één plaatje meer zegt dan duizend woorden". Deze veelzeggendheid van plaatjes is echter dubbelzinnig. Een beeld kan 'veelzeggend' zijn, maar wie iets 'zegt', zegt iets met woorden en de veelzeggendheid van een specifiek beeld is maar moeilijk met woorden te omvatten. Iemand die claimt dat een specifiek beeld 'meer zegt dan duizend woorden', lijkt er vanuit te gaan dat beelden en woorden dezelfde dimensies bestrijken. En dat je dus met pakweg 1200 woorden evenveel kan zeggen als met bijvoorbeeld een foto. Beelden en woorden blijken zich echter op nogal verschillende dimensies te bevinden. Dit verschil heeft onder andere een cognitieve basis: het menselijk brein reageert anders op een illustratie / beeld dan op geschreven en gesproken tekst<sup>18</sup>. Dit onderscheid is invoelbaar te maken met een eenvoudige opdracht: neem een tekst en probeer een beeld te zoeken wat hetzelfde zegt als deze tekst. Het omgekeerde is ook mogelijk: neem een beeld en schrijf een tekst die hetzelfde 'zegt' als dit beeld. De laatste van deze opdrachten is waarschijnlijk eenvoudiger. Echter, wanneer u een beeld in schrift wilt uitdrukken, dan gaat u beschrijven wat u ziet en

---

<sup>18</sup> Joseph E. Ledoux (200x), Cognitive – Emotional Interactions in the brain



de ontvanger van uw omschrijving visualiseert vervolgens uw beschrijving. De interactie is dus wel talig, maar de mentale representatie bij zowel ontvanger als zender is visueel. Omdat mensen in dezelfde visuele wereld leven en tevens dezelfde woorden gebruiken voor objecten die zij in deze wereld waarnemen, zijn zij in staat om over deze visuele wereld te communiceren. Toch is deze 'talige interactie' over het 'visuele' beperkt. Een ander invoelbaar voorbeeld: Je kan nog zoveel over een kunstwerk (bijvoorbeeld het Nascita di Venere) lezen, maar om de visuele betekenis ervan te kunnen ervaren, zal je toch echt een afbeelding van het werk nodig hebben (of langs het Uffizi moeten).

### 3.2 HET EMOTIONELE BREIN

Het menselijk brein kent wat ook wel het 'cool' / 'hot' systeem wordt genoemd. Het 'hot systeem' is snel en emotioneel en het 'cool systeem' is langzaam en rationeel<sup>19</sup>. Zonder teveel op de neurologische details in te gaan, is het algemeen bekend dat het menselijk brein al begint met emotioneel te reageren op bepaalde stimuli, alvorens deze volledig (rationeel) gerepresenteerd / begrepen wordt door de rest van het brein. Op de emotionele reactie vindt later wel 'error correction' plaats: het brein is enigszins in staat om 'in te grijpen' op (door het individu) niet toepasselijke geachte emotionele reacties naar aanleiding van bepaalde stimuli. Men kan zowel direct 'ingrijpen' (de slang waarvoor je achteruit deinst, blijkt op een poster te staan) als in een langduriger proces waarbij emotionele reacties 'gerationaliseerd'<sup>20</sup> worden. Deze benadering vormt de kern van verschillende succesvolle methodes in de 'cognitieve gedragstherapie', waarbij men patiënten onder begeleiding blootstelt aan bepaalde angsten en ze door vragen te stellen over deze angsten en de eigen ervaring, stimuleert om na te denken over de hevigheid, de oorzaak en rationaliteit van deze angsten<sup>21</sup>.

Dit 'lange termijn' ingrijpen is veelal een 'talig' proces, oftewel: men grijpt in door een bepaald interpretatief kader / definitie van de situatie te ontwikkelen waarmee de emoties beter te begrijpen en dus beter te dragen zijn. Dit lange termijn ingrijpen gebeurt echter zeker niet alleen onder begeleiding van therapeuten. De Amerikaanse sociologe Hochschild onderscheidt het concept 'emotional work'. Zij doelt hiermee op werk / energie die individuen investeren om de eigen emoties te sturen. Zij hanteert een 'emotie management' perspectief. Emoties zijn in haar optiek complex, ambivalent, tegenstrijdig en moreel, rationeel en sociaal beïnvloed. Over het algemeen wordt er bij vrouwenberoepen meer emotional labour gevraagd dan bij mannenberoepen, maar dit emotionele werk geniet geen specifiek maatschappelijk aanzien; waarmee de emotionele arbeid maar matig (financieel) gecompenseerd wordt.<sup>22</sup>

De eerste psychologische reactie op een beeld is dus altijd emotioneel. Vervolgens word het beeld, aan de hand van de in het individu aanwezige kennis / associaties, begrepen en geïnterpreteerd, waarna het individu de eerdere emotionele reactie kan toetsen aan (sociale) toepasselijkheid en eventueel 'emotional work' kan verrichten aan deze emoties om ze aan te passen. Deze aanpassing is, zoals hierboven beschreven, meestal 'talig'.

---

<sup>19</sup> Metcalfe, Janet; Mischel, Walter. (1999). A Hot/Cool-System Analysis of Delay of Gratification: Dynamics of Willpower. *Psychological Review*. 106-1. p3-19

<sup>20</sup> Een term afkomstig van Freud

<sup>21</sup> Gray, Peter. (2002) *Psychology: fourth edition*. Worth Publishers: New York. p678-688

<sup>22</sup> Hochschild. (1979). Emotion Work, Feeling Rules and Social Structure. *The American Journal of Sociology*. 85-4. p 551-575.

### 3.3 ONTWIKKELINGEN IN DE BEELDCULTUUR EN HET (EMOTIONELE) BREIN

Met bovenstaande theoretisch kader in ons achterhoofd wil ik graag een psychologische reflectie geven op ontwikkelingen in de beeldcultuur. Wanneer er inderdaad, zoals reeds geclaimd, sprake is van 'seksualisering' (het aantal seksuele prikkels neemt toe) dan betekent dit dat de moderne mens meer emotional work moet verrichten om deze prikkels te rationaliseren en 'passend' te maken aan de heersende seksuele moraal. Dit emotional work beschrijven Geelen et al, in 'virtueel genieten' als volgt:

*"We houden aan onze kinderen en aan elkaar steeds vaker voorbeelden voor van gedrags- en omgangswijzen, waarvan we tegelijkertijd zeggen niet te willen dat die worden nagevolgd. We produceren en consumeren op grote schaal films met subtiel maar ook met grof geweld, waarmee voorbeeldgedrag wordt aangeboden waarvan we tegelijkertijd zeggen: „maar, beste kijker, dat moet je natuurlijk niet doen!” We bieden via reclame en uiterlijkheidsverkiezingen 'voorbeeldige' lichaamsvormen aan, maar zeggen tegelijkertijd tegen onze tienerdochters 'probeer nou niet net zo slank te worden want anders blijf je aan het lijnen en maak je jezelf ziek'. We laten Linda om kwart over elf 's avonds, tijdens een reclameblok, in onze huiskamer met zwoele stem zeggen dat we haar snel moeten bellen om nog voor het slapen gaan aan ons gerief te komen, maar beweren tegelijkertijd 'dat je wel een smeerlap bent als je op zo'n uitnodiging ingaat'.*

*Een van onze grootste vergissingen, gevolgen van ons gebrekkige inzicht in de wetmatigheden die door psychologisch onderzoek zijn blootgelegd, is de veronderstelling dat al deze modellen door de bank genomen op de psyche van de doorsnee burger weinig of geen invloed hebben: de meeste mannen bellen Linda niet, de meeste pubermeisjes ontwikkelen geen Anorexia nervosa of boulimie en de meeste mensen zijn niet bezig elkaar met stenguns, machetes of molotov cocktails om te leggen. Maar het feit dat we het niet doen, neemt niet weg dat als gevolg van alle modellen die op ons af worden gestuurd, ons psychisch potentieel tot het begaan van wreedheden, tot vreemdgaan en tot het ontwikkelen van gedragsproblemen, in de afgelopen eeuw sterk is vergroot."*

Men wordt volgens Geelen aan prikkels blootgesteld die het 'psychisch potentieel' tot bepaald (onwenselijk) gedrag vergroten. Omdat rationalisering / emotional work een talig proces is, is de 'individuele zelfregulering' bij beelden moeilijker dan bij schrift. Desalniettemin tonen veel mensen zich goed in staat om rationeel en 'emotioneel intelligent' met emotionele prikkels naar aanleiding van beelden om te gaan. Het merendeel van de mensen vertoont geen onwenselijk gedrag, maar enkelen wel. Deze enkeling ontwikkelt bijvoorbeeld Anorexia nervosa, of een van de andere besproken negatieve gedragingen als gevolg van 'seksualisering'.

Teksten en beelden zijn dus niet even 'rationaliseerbaar'. Dit verschil is, naar mijn inzicht, de kern van het cognitieve probleem met beeldcultuur: de aangeboden stimuli zijn visueel en worden ook visueel verwerkt, terwijl voor het 'rationaliserings proces' van deze visuele stimuli veelal woorden nodig zijn. Deze woorden zijn er vaak simpelweg niet. En als ze er al zijn, dan blijven het 'woorden' die trachten in te grijpen op 'het visuele' en dit is niet altijd even makkelijk. Een feit wat door marketing en reclame bureaus uitstekend wordt begrepen. Reclame is doorspekt van 'ontastbare' (lees: moeilijk te benoemen) associaties en blijkt, mits met genoeg repetities, een uitstekende manier om gedrag te beïnvloeden.

Menselijke gedragingen hebben maar zelden één duidelijk oorzaak. Ook bij de behandelde problemen zien we dit terug. Bepaalde uitingen en associaties in de beeldcultuur zijn slechts 'een van vele' factoren in de oorzaken van bepaald onwenselijk gedrag. Als men dit onwenselijke gedrag wil terugdringen, dan kan

enige regulering van beeldcultuur hierin een bescheiden rol spelen. De invloed van dit ingrijpen is onbekend, maar moet waarschijnlijk niet overdreven worden: ook in niet westerse landen ontwikkelt zich bij sommige Anorexia nervosa en overall hebben jongen mensen (meisjes) in meer of minder mate te stoeien met de (seksuele) identiteitsvorming. Toch is er een onmiskenbaar verband tussen uitingen in de beeldcultuur en individueel gedrag. Negatieve associaties, zoals een 'onhaalbaar schoonheidsideaal' en een minderwaardige portrettering van vrouwen zijn, evenals een overvloed aan seksuele prikkels, een cultuurelement geworden. Er is dan ook niet voor niks een maatschappelijk debat gaande: men ervaart de seksualisering als een probleem; immers ook voor hen die geen ongezond gedrag ontwikkelen, zorgt de toegenomen hoeveelheid prikkels voor meer emotional work. Het, later in dit stuk behandelde, pleidooi van Sunny Bergman en haar medestanders tegen de seksualisering, richt zich naast de excessen vooral ook op dit emotional work. Ze willen niet constant bezig moeten zijn om alle prikkels uit hun omgeving te relativeren. Dus willen ze graag minder prikkels, geen raar verzoek, en op zichzelf al de moeite van enige regulering waard.

## 4. REGULERING VAN BEELDCULTUUR

Er is dus sprake van enkele als onwenselijk gedefinieerde gedragingen, waarvan het plausibel is dat deze mede veroorzaakt worden door bepaalde uitingen in de beeldcultuur. Tevens leiden bepaalde uitingen tot meer emotional work, wat op zich zelf een reden kan zijn om te trachten om de beschikbaarheid van deze uitingen te minimaliseren. We moeten de invloed van de beeldcultuur niet overdrijven. Maar zoals Geelen waarschuwt ook niet bagatelliseren.

Het (recente) maatschappelijke debat spreekt zich in een divers pleidooi uit voor invulling van regulering van deze beeldcultuur. Tevens heeft de overheid al enkele vormen van regulering succesvol geïmplementeerd. De kernvraag die men zich bij al deze vormen van regulering, al dan niet impliciet, stelt is: *wat mag voor wie (niet)zichtbaar zijn?*

De overheid heeft op deze vraag reeds enkele antwoorden geformuleerd die in het begin van dit hoofdstuk naar voren zullen komen. Zo kennen bijna alle Europese landen een systeem van 'leeftijdclassificaties'<sup>23</sup> en vindt er juridische regulering plaats van tabaksreclame. Tevens is er een maatschappelijk debat gaande om ook alcoholreclame en reclames van ongezond voedsel aan banden te leggen. Aan het einde van het hoofdstuk ga ik in op drie voorstellen tot verdere regulering die specifiek betrekking hebben op de portretering- en seksualiserings problematiek: Het verplichten van een bijschrift bij 'gefotoshopte' beelden, het tegengaan van foutieve associaties door bepaalde beelden te verbieden en media-educatie voor jongeren.

### 4.1 BESTAANDE REGULERING: LEEFTIJDSCONCLASSIFICATIES

Een van de antwoorden die de overheid heeft geformuleerd op de '*wat voor wie*' vraag is: zo min mogelijk seks en geweld voor kinderen. Om dit te bewerkstelligen is er een systeem van leeftijdsclassificaties in gebruik genomen. Hierbij wordt veelal gelet op zeer concrete zaken: zijn er geslachtsorganen te zien, ziet men fysiek geweld of wordt er gevloekt. Voor TV films zijn ouders verantwoordelijk wat zij hun kinderen wel en niet willen laten zien. Voor bioscoopexploitanten is het bij wet verboden om kinderen onder de 16 toe te laten bij films die een hogere leeftijdsclassificatie hebben<sup>24</sup>. Het Nederlands Instituut voor de

<sup>23</sup> NICAM, Dossier 3: Leeftijdscconclassificatie van films en andere audiovisuele producties in Europa

<sup>24</sup> <http://www.kijkwijzer.nl/pagina.php?id=2>

Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM), is verantwoordelijk voor de 'kijkwijzer' en de hierbij behorende classificatie van Audiovisuele media en communicatie over de classificaties naar burgers<sup>25</sup>.

Dit systeem van leeftijdsclassificaties is reeds ingevoerd. In het jaarverslag van het NICAM uit 2005 staat te lezen dat: "uit de meest recente peilingen blijkt dat de overgrote meerderheid van de ouders Kijkwijzer een zinvol systeem vindt. Belangrijker nog is dat ruim 70% ook daadwerkelijk gebruik maakt van de pictogrammen bij het kiezen van televisieprogramma's en films."<sup>26</sup>

Aan deze vorm van regulering lijkt een deontologische moraal ten grondslag te liggen: Kinderen moeten een 'onbezorgde' kindertijd kunnen hebben en moeten niet te veel blootgesteld worden aan prikkels die hun ontwikkeling kunnen 'schaden'. Maar is dat wel zo? En leiden seksuele prikkels op jonge leeftijd inderdaad tot schade aan de ontwikkeling?

#### 4.1.1 Schade op zich of schade door associaties?

Er is veel onderzoek gedaan naar de invloed van geweld op televisie op het gedrag van kinderen. Uit sommige onderzoeken blijkt, dat veel visueel geweld inderdaad tot bepaalde schade kan leiden; zoals 'afstomping', angst en agressiever gedrag van de kinderen zelf<sup>27</sup>. Toch blijft het onderwerp van debat: Is er sprake van aanwakking of is er sprake van ontlading?<sup>28</sup> Schade als gevolg van seksuele prikkels wordt veelal gelijk gesteld aan schade als gevolg van 'visueel geweld' en lijkt als vanzelfsprekend te worden aangenomen. Er is echter maar weinig onderzoek gedaan naar deze vermeende schade. De Rutger stichting pleit, naar aanleiding van de hierboven reeds aangehaalde passage uit de emancipatienota, dan ook voor een grootschalig onderzoek naar (negatieve) invloed van seks in de media op jongeren.<sup>29</sup>

Het is, naar mijn inzicht, een rare aanname dat seksualiteit 'an sich' daadwerkelijke tot 'schade' zou leiden. Bij het nu gehanteerde beleid tracht men te voorkomen dat kinderen geslachtsorganen of seks te zien krijgen. Het is ergens wel een 'veilige' keuze: als kinderen niks zien wat met seks te maken heeft, dan kunnen ze er ook geen verkeerde associaties bij krijgen. Dit wordt als normaal beschouwd, maar gaat naar mijn inzicht eigenlijk best wel ver. Immers, eventuele 'schade' zal naar alle waarschijnlijkheid niet veroorzaakt worden door de seksueel getinte beelden zelf maar door (verkeerde) associaties die in deze beelden naar voren komen. Bijvoorbeeld: onevenredige man/vrouw relaties, een koppeling met geweld en materiele status, of een op een andere manier onrealistisch beeld van seks en seksualiteit. Door seks voor kinderen 'verborgen' te willen houden, ontnem je ze, los van een schichtig lesje seksuele voorlichting, de mogelijkheid zichzelf seksueel te vormen tijdens de kinderjaren. 'Dit komt later wel'. Is het dan zo raar dat deze vorming later nog wel eens problemen blijkt op te leveren? Is de identiteitsproblematiek rondom seksuele vorming van jongvolwassenen een vergeten bijwerking in de bijsluiter van de leeftijdsclassificaties?

De veronderstelde 'schade' als gevolg van seksueel geladen beelden is nu dan ook wat twijfelachtig gedefinieerd. Men lijkt te veronderstellen dat kinderen beschadigd worden als ze niet de heersende

---

<sup>25</sup> <http://www.kijkwijzer.nl/>

<sup>26</sup> [http://www.kijkwijzer.nl/upload/download\\_pc/40\\_Jaarverslag\\_2005.pdf](http://www.kijkwijzer.nl/upload/download_pc/40_Jaarverslag_2005.pdf)

<sup>27</sup> <http://www.kijkwijzer.nl/pagina.php?id=4>

<sup>28</sup> Schuyt. (2007). Jeugd, criminaliteit en geweld in *macht en verantwoordelijkheid*. Amsterdam University Press: Amsterdam. p 333.

<sup>29</sup> [http://www.rutgersnissogroep.nl/news\\_items/Heeft\\_seks\\_in\\_de\\_media\\_negatieve\\_invloed\\_op\\_jongeren](http://www.rutgersnissogroep.nl/news_items/Heeft_seks_in_de_media_negatieve_invloed_op_jongeren)

seksuele moraal hebben meegekregen. Echter, waar na gekeken zou moeten worden, is 'werkelijke schade': is er sprake van reductie van genot als gevolg van een 'verkeerd' beeld van seksualiteit? Is het zo dat kinderen later bijvoorbeeld minder kunnen genieten van seks, of niet in staat zijn om een liefdesrelatie in stand te houden wanneer zij in hun jonge levensjaren in de media veel met seks geconfronteerd zijn? En zo ja, welke cultuurelementen zijn hiervan de oorzaak? Op deze vragen zou de nadruk moeten liggen in het door de Rutger stichting voorgestelde onderzoek.

#### 4.2 BESTAANDE REGULERING: VERBOD EN REGULERING VAN RECLAME

Een tweede 'overheidsantwoord' op de 'wat voor wie vraag' is: tabaksreclame mag voor niemand zichtbaar zijn, en alcoholreclames en reclames voor ongezonde voeding zo min mogelijk. Er is sinds november 2002 een algeheel verbod op tabaksreclames. Dit verbod heeft als doelstelling om ongewenste gedrag (roken) terug te dringen door commerciële 'verheerlijking' van roken te verbieden<sup>30</sup>.

Tevens tracht het ministerie van Volksgezondheid al enkele jaren om met 'de branche' tot afspraken te komen over alcoholreclames en reclames voor ongezonde voeding. De Hartstichting en de Consumentenbond pleitten recentelijk voor een algeheel verbod op reclames van ongezonde voeding<sup>31</sup>. Men acht het onwenselijk om te roken, te drinken of ongezond voedsel te eten, want dit is slecht voor de gezondheid, leidt tot ziektes en dus tot leed. Tevens zorgt de behandeling van deze ziektes voor extra kosten in de gezondheidszorg en dus voor druk op de financiële middelen. Men tracht invloed op dit ongewenste gedrag uit te oefenen, door reclames die dit ongewenste gedrag 'veroorzaken' aan banden te leggen. Of meer genuanceerd gesteld: (en teruggakkend op bovenstaande het in paragraaf 3.2 behandelde citaat van Geelen et al) men tracht door regulering van het media aanbod het 'psychisch potentieel' van dit onwenselijke gedrag te verkleinen.

Een verbod op tabaksreclame is reeds succesvol ingevoerd. Op dezelfde manier zou, mocht men dat wenselijk achten, een verbod op alcoholreclames en ongezonde voeding (en in het kader van de in dit essay behandelde casus: het afbeelden van slanke vrouwenlichamen) gerealiseerd kunnen worden.

#### 4.3 BESTAANDE REGULERING: GELABELDE ZENDTIJD BIJ DE PUBLIEKE OMROEP

Naast bovenstaande verboden heeft de overheid ook enkele positieve antwoorden op de 'wat voor wie' vraag geformuleerd. Zo is bijvoorbeeld in de mediawet geregeld dat de publieke omroepen verplicht zijn om een minimale hoeveelheid educatieve en culturele programma's aan te bieden. Omdat de publieke omroepen voor hun financiering afhankelijk zijn van de overheid, houden zij zich behoorlijk strikt aan deze voorschriften. De overheid heeft echter geen zeggenschap over de programmering van de commerciële omroep, wat in het aanbod van de commerciële omroep is terug te zien. Dit betekent niet dat zij geen programma's met een bepaalde culturele of educatieve boodschap uitzenden, maar de nadruk ligt bovenal op het amusementsaspect.

Aan de labeling van zendtijd ligt een idee ten grondslag van het bestaan van 'goede cultuur'. Het is belangrijk dat Nederlandse burgers met deze 'high culture' in aanraking te doen komen. De druk op de collectieve middelen (kosten publieke omroep) is te verantwoorden met de 'waarde' die het ervaren van de cultuuruitingen voor burgers heeft.

---

<sup>30</sup>[http://www.minvws.nl/nieuwsberichten/zzoude\\_directies/pog/tabaksreclame\\_verboden\\_per\\_november.asp](http://www.minvws.nl/nieuwsberichten/zzoude_directies/pog/tabaksreclame_verboden_per_november.asp)

<sup>31</sup><http://www.evmi.nl/nieuws/marketing-sales/3640/'verbied-reclame-op-snoep'.html>

#### 4.4 POTENTIËLE REGULERING: (VERPLICHT) BIJSCHRIFT BIJ 'GEFOTOSHOPT BEELDEN'

De hierboven behandelde regulering van beeldcultuur is reeds min of meer succesvol geïmplementeerd. Bovenop deze maatregelen is er momenteel een sterke stem in het maatschappelijk debat die roept om verdere regulering van de beeldcultuur. Het gaat hierbij vooral om beelden die te maken hebben met de portretering van vrouwen en de 'seksualisering' van de samenleving. Men spreekt over: 'de ongelukkigmakende illusie van het onhaalbare schoonheidsideaal' en een regelmatig gehoorde oplossing van dit probleem is het plaatsen van een onderschrift bij reclamecampagnes en in bladen waarbij er 'gefotoshopt'<sup>32</sup> is.<sup>33</sup>, enkele citaten illustreren deze oproep:

*"Wij roepen reclamemakers en bladenredacties op om helderheid in de duisternis te scheppen: plaats onder elk gemanipuleerd, 'te mooi om waar te zijn'-beeld voortaan een kloppend bijschrift."Porieloos dankzij Photoshop."of "Dit model is digitaal smaller gemaakt" en haar nek is opgerekt."(Bergman et al)<sup>34</sup>*

Het onhaalbare ideaalbeeld van vrouwelijke schoonheid is volgens de pleitbezorgers van het bijschrift een 'ongelukkigmakende illusie' die doorbroken, of in ieder geval beter gerationaliseerd kan worden door een bijschrift. Deze 'ongelukkigmakende illusie' is een helder utilistisch statement: (jonge)vrouwen worden ongelukkig van het heersende ideaalbeeld van vrouwelijke schoonheid. De samenleving moet jonge vrouwen dus helpen bij het vereiste 'emotional work' door onderschriften bij beelden te plaatsen die dit ideaalbeeld relativiseren. Ook leidt dit ideaalbeeld tot onwenselijke excessen, zoals Anorexia nervosa en (onnodige) ingrepen door middel van plastische chirurgie op het lichaam.

Maar hoe effectief is zo'n bijschrift? Leidt een dergelijke mededeling er toe dat vrouwen beter door de 'ongelukkig makende illusie' heen kunnen prikken. Een algemeen bijschrift zoals 'de foto is digitaal bewerkt' heeft in mijn optiek iets raars: zo'n beetje alle foto's in bladen en op postercampagnes zijn heden ten dage bewerkt. Als men dit weet, wat voegt zo'n mededeling dan nog toe?

De in het citaat uit het 'manifest' van Bergman en haar medestanders gekozen 'specifieke formulering': 'deze nek is opgerekt' zal naar verwachting effectiever zijn dan een algemene (deze foto is bewerkt). De ontvanger kan immers een specifiek onderdeel van de beelduiting relativiseren: 'o.k ik hoef dus niet zo'n lange nek te hebben' in plaats van de foto in zijn geheel 'o.k, iets op deze foto is bewerkt, maar ik heb geen idee wat, dus ik moet er sowieso maar niet zo uit willen zien'. Emotional work op beelden is, zoals reeds uiteengezet, niet eenvoudig. Een concrete relativering zal, naar mijn verwachting, veel effectiever zijn dan een algemene.

Hierbij durf ik overigens met enige zekerheid te zeggen dat de reclamebranche voor deze oplossing slecht te porren zal zijn. De 'beperkthoudbaar club' heeft getracht een eenmalige 'photoshop vrij' actie te organiseren. Hier hebben slechts negen bladen aan mee gedaan, geen van de bladen was een zogenaamde 'glossy'. Het betrof veelal 'schrift' georiënteerde bladen zoals de Opzij, Yes, Esta, Viva en de

---

<sup>32</sup> Photoshop is een fotobewerkingsprogramma waarmee de reclame branche in staat is om vergaande veranderingen in een foto aan te brengen. De huid wordt glad gemaakt, ogen worden groter gemaakt, borsten opgepompt en zelf complete vetrollen verdwijnen als sneeuw voor de zon. De aanpassingen zijn werkelijk zeer vergaand. Om niet te vervallen in een uitvoerige 'schriftelijke beschrijving' van 'het visuele' kan ik deze lezer aanraden een van de vele 'before/after' afbeeldingen die hiervan op internet te vinden zijn te bekijken. Bijvoorbeeld op Youtube.

<sup>33</sup> <http://www.beperkthoudbaar.info/Photoshop%20Vrij/>

<sup>34</sup> Larissa Pans, Marije Lieuwens, Myrthe Hilken, Sunny Bergman. (april 2007). *Manifest: Seks moet weer haute culture worden.*

Groene Amsterdammer<sup>35</sup>. Tevens kan men stellen dat esthetiek, die bepaalde advertenties en reclame uitingen onmiskenbaar bevatten, wordt doorbroken door de geplaatste relativering. Ook is er, in het geval van een verplicht bijschrift, een probleem met controle: het is praktisch onmogelijk om als overheid succesvol te controleren of alle bewerkingen van een foto netjes in het onderschrift vermeld worden. Vooral in het geval van een specifieke relativering zal controle tot behoorlijke maatschappelijk kosten leiden. Een bijschrift gericht op algemene relativering is dus niet erg effectief en een specifieke bijschrift moeilijk haalbaar. Naast een verplicht bijschrift kan men ook trachten de branche te stimuleren door middel van zelfregulering te komen tot het plaatsen van dergelijke bijschriften. In het hierop volgende hoofdstuk zal ik uitgebreider reflecteren op de haalbaarheid van en voor- en nadelen van zelfregulering.

Een verwante oplossing, die ik in het maatschappelijk debat nog niet ben tegengekomen is een eventueel keurmerk. De overheid zou subsidie kunnen verlenen aan (ik noem maar iets) ‘stichting verantwoord fotoshopen’ die keurmerken uitdeelt aan magazines en reclame bureaus als deze geen (vergaande) bewerkingen op hun foto’s uitvoeren. Alhoewel ik mijn twijfels heb bij de animo hiervoor binnen de branche, omzeilt men op deze manier in ieder geval de problemen van specifieke toetsing per foto. Men beoordeelt niet per foto (of deze wel of niet bewerkt is) maar het verwerkingsproces. De aangesloten organisaties kunnen steekproefsgewijs gevraagd worden om de originele fotobestanden (de zogenaamde RAW bestanden) aan de stichting door te sturen ter controle. Fraude met dit systeem is hiermee erg lastig.

#### 4.5 POTENTIËLE REGULERING: MINIMALISEREN VAN ‘VERKEERDE BEELDEN’ DOOR VERBOD OF ZELFREGULERING

Als men, bij voorkeur op basis van goed onderzoek, kan vaststellen dat bepaalde associaties, bijvoorbeeld tussen seksualiteit en materiele status, of seks en geweld, ‘schadelijke’ gevolgen hebben, dan kan men eventueel overgaan tot een verbod op beelden die deze associaties bevatten. Reclame voor een specifiek product verbieden, zoals in paragraaf 4.2, is hierbij geen optie. Seksueel getinte afbeeldingen en afbeeldingen waarop (slanke)vrouwenlichamen zichtbaar zijn worden immers voor een zeer breed scala aan producten gebruikt. Het gaat bij associaties immers niet om wat er te zien is, maar om wat er samen te zien is.

En dergelijk verbod lijkt mij een juridische ‘uitdaging’. Associaties zijn immers sterk subjectief (helemaal bij beelden), en voor een dergelijke subjectiviteit is binnen ons rechtssysteem maar weinig ruimte. Jessica de Jong pleit op [beperkthoudbaar.info](http://www.beperkthoudbaar.info) voor een dergelijk verbod, maar benoemt tevens de problemen.

*“Door geen paal en perk te stellen aan de wilgroei van afgebeelde lustobjecten, zullen geweldpleging van jongens en mannen net als in de VS kunnen toenemen. Het is daarom van groot belang dat met uiterste zorgvuldigheid wordt omgesprongen met het seksueel afbeelden van vrouwen in commerciële uitingen.[...] Het is bijzonder lastig om te bepalen wanneer de seksuele normen en waarden zijn overschreven of niet. De controle op de naleving van de gedragscode kan de minister daarom beter in eigen hand houden en niet overlaten aan de omroepen. [...] Zo kan elk beeld op drie onderdelen beoordeeld worden: de tekst, het product en het model. Als de tekst dubbelzinnig is, als er geen verband is tussen bloot en het product en als de vrouw in het plaatje*

---

<sup>35</sup> <http://www.beperkthoudbaar.info/Photoshop%20Vrij/>

*wordt neergezet als lustobject, is zeker sprake van seksisme. Maar ook als op twee van de drie onderdelen seksisme voorkomt, zou je een verbod kunnen overwegen.<sup>36</sup>”*

Ons rechtssysteem kan vanwege haar noodzakelijke objectiviteit maar slecht overweg met beelden. Een voorbeeld hiervan is zichtbaar bij de pogingen om het dragen van bepaalde rechts-extremistische symbolen te verbieden. Zo is het dragen van het Keltisch kruis bijvoorbeeld pas dan verboden, wanneer naast het kruis de letters (schrifttekens!) WP (wat staat voor White Power) voorkomen<sup>37</sup>. De illustratie / het symbool acht de rechtbank problematisch; deze kan zoveel betekenis hebben, echter: zodra er twee schrifttekens naast het symbool voorkomen dan is de ‘uiting’ concreet genoeg geworden en juridisch ingrijpen mogelijk.

Men ontkomt er bij juridische regulering niet aan om zeer ‘concreet’ tekst of bijvoorbeeld de afbeelding van zeer specifieke voorwerpen / lichaamsdelen te toetsen. In het voorliggende geval gaat het meestal echter dus niet om ‘wat er te zien is’ maar ‘wat er samen te zien is’. Of zoals Jessica de Jong stelt: of de afbeelding ‘dubbelzinnig’ is, er geen verband is tussen bloot en het product, of dat de vrouw wordt afgebeeld als ‘lustobject’; zie dat maar eens te toetsen.

Het subjectieve karakter van associaties maakt een dergelijk verbod naar verwachting dus slecht haalbaar. Aangezien de voornaamste ‘schade’ van bepaalde afbeeldingen, zoals reeds uiteengezet, naar alle waarschijnlijkheid wordt veroorzaakt door ‘verkeerd associaties’ die in de afbeelding verborgen zitten, is het wel wenselijk om op dit gebied naar de oplossing te zoeken.

Naar verwachting zal men het dan echter moeten hebben van zelfregulering van de ‘branche’ doormiddel van convenanten en gedragsregels. Het nadenken over de (negatieve) invloed van bepaalde beelden wordt dan aan de ‘zenders’ van de communicatie overgelaten. Zij proberen, al dan niet begeleid door de overheid, tot onderlinge afspraken te komen om de beschikbaarheid van deze ‘slechte’ beelden te minimaliseren. Deze ‘lijn’ van zelfregulering is tevens de lijn die OC&W heeft ingezet. In de emancipatienota valt hierover te lezen dat:

*“Het kabinet zal verkennen of kan worden aangesloten bij de handreiking voor het opstellen van gedragsregels op scholen en bij de gedragscodes voor audiovisuele media. Beide moeten het media-aanbod voor jongeren veiliger maken (door bijvoorbeeld een negatieve seksuele portrettering van meisjes en vrouwen in realistprogramma’s en videoclipps tegen te gaan).”<sup>38</sup>*

De emancipatienota geeft weinig concrete handvaten voor de invulling die zij aan deze gedragsregel zou willen geven. Uit de gekozen formulering valt echter wel op te merken dat men in de gedragsregels niet zozeer seksuele prikkels op zichzelf wil beperken, dan wel bepaalde ‘negatieve’ associaties / portrettering wil tegengaan. Wat mij, zoals in paragraaf 4.1.1 uiteengezet, een productieve benadering lijkt.

Als de overheid wil weten op welke wijze zij met niet dwingende methodes de mediabranche kan bewegen zich ‘meer verantwoord’ op te stellen, waar het gaat over seksualiteit en de portrettering van vrouwen, dan doet zij er wijs aan gebruik te maken van de ervaring die zij hiermee reeds heeft opgedaan op het gebied van milieubeleid.

---

<sup>36</sup> Jessica de Jong op [beperkthoudtbaar.info](http://beperkthoudtbaar.info)

<sup>37</sup> KAFKA (2001)

<sup>38</sup> Ministerie van OC&W (2007). *Meerkansen voor vrouwen: Emancipatiebeleid 2008 – 2011*



In beide situaties is er sprake van een maatschappelijk probleem (maatschappelijke kosten), waarvan de oplossing gezocht moet worden in het aanpassen van het gedrag van commerciële organisaties. Hiermee komen ook de 'kosten' van deze oplossingen veelal op de schouders van deze commerciële organisaties. De 'hoog effectieve' methodes die men bij milieubeleid heeft toegepast, zoals: fiscale voordelen, convenanten en het uitsluiten van 'niet morele' organisaties bij de eigen aanbestedingen, zouden ook voor de eventuele regulering van beeldcultuur een oplossing kunnen vormen<sup>39</sup>.

Zelfregulering heeft naast haar, in deze context, grotere haalbaarheid nog een groot voordeel ten opzichte van verbieden: zelfs als een juridisch verbod te handhaven zou zijn, voorkom je niet dat mediabedrijven bij een verbod 'de rand van de wet' gaan opzoeken. Bij zelfregulering spelen de organisaties zelf een belangrijk rol in de formulering van de regels waaraan ze zich dienen te houden. Hiermee is men meer geneigd om 'in de geest' van de regeling te handelen dan 'naar de letter'. Daarmee zal de regeling over het algemeen beter worden nageleefd. Deze gedachte is (zoals oa. in het college van Kees Schuyt behandeld is) breder te generaliseren: op het moment dat actoren bij de beleidsvorming betrokken zijn geweest dan verloopt de receptie van beleid over het algemeen beter; er zijn dan minder implementatieproblemen.

Het nadeel van zelfregulering laat zich raden: het is aan de mediaorganisaties zelf om grenzen te stellen en het is waarschijnlijk dat deze grenzen velen niet ver genoeg gaan. Tevens is de regulering naar verwachting nogal afhankelijk van (maatschappelijke)trends. Het risico is hierbij dat men slechts reguleert op de onderwerpen die 'hot' zijn.

Om zelfregulering door mediabedrijven met betrekking tot seksualisering en portrettering van vrouwen tot een succes te maken zijn convenanten nodig. Mediabedrijven zien zichzelf in die zin voor een 'collectief actie probleem' geplaatst. Ze zouden (onder maatschappelijk druk of op basis van bedrijfsethiek) eventueel best bereid zijn om bijvoorbeeld met minder dunne modellen te werken, maar als zij de enige zijn die dit doen, dan verzwakken zij hun concurrentiepositie. Reclamemakers stappen over naar het modellenbureau dat wel zeer slanke modellen wil/kan leveren. Willen bedrijven zich aan dergelijke gedragsregels houden, dan moeten ze er zeker van kunnen zijn dat hun concurrenten zichzelf dezelfde beperking opleggen. Een mogelijke gesprekspartner is hierbij de 'Bond van Adverteerders'. Dit is de belangenvereniging van Nederlandse adverteerders. Zij definieert zichzelf als een "ijzersterke gesprekspartner in discussies met marktpartijen en overheid"<sup>40</sup>. Er is heel wat te bespreken, dus nu maar hopen dat deze 'ijzersterke' gesprekspartner niet te snel last krijgt van metaalmoeheid.

Er zijn reeds enkele bewegingen van zelfregulering te ontdekken, zo willen TMF, MTV en The Box, de drie muziekzenders die onder MTV Networks vallen, rond 'heftige' videoclip discussies organiseren op internet of in de studio.<sup>41</sup> Unilever is onder een van haar cosmetica merknamen (Dove) een reclame begonnen met als slogan: 'tijd voor echte schoonheid'<sup>42</sup>. De in deze commercials gebruikte modellen zijn minder (overdreven) slank dan modellen in 'reguliere' reclames. De website claimt dat "Dove's campagne

---

<sup>39</sup> College 14, 'Sociologie van het beleid' Schuyt: 14-12-2007

<sup>40</sup> <http://www.bva.nl/index.php?pid=100026&mid=207&menugroup=4&PHPSESSID=4194994d2aecfbb24860818840ef9bdb>

<sup>41</sup> <http://www.christenunie.nl/nl/k/news/view/48093>

<sup>42</sup> <http://www.tijdvoorechteschoonheid.nl/>

voor echte schoonheid is opgericht om de volgende generatie los te maken van beperkende stereotypen van schoonheid<sup>43</sup>.

Er liggen ook commerciële kansen. Aangezien er momenteel in de publieke opinie een toegenomen afkeer van 'immorele' omgang met seksualiteit en de afbeelding van vrouwen door de media is waar te nemen, kunnen media organisaties overigens ook profiteren van een verantwoorde houding. Het hanteren van 'seksualiteitsethiek' en 'portreteringsethiek' is dan geen kostenpost, maar een vorm van positieve productdifferentiatie. Een voorbeeld van een onderneming die deze 'positieve kansen' benut, zien we bij de reclamecampagne van Dove. Klaarblijkelijk verwacht men bij Unilever dat hun klanten waarde hechten aan een dergelijke profilering van haar merk.

Tevens gaat er een (positieve) moraliserende werking van dergelijke initiatieven uit. Zo suggereert de campagne van Dove voor 'echte schoonheid' bijvoorbeeld dat veel mediaschoonheid 'nep' is. Dove uit hiermee precies de boodschap die men met de hierboven besproken reguleringsinitiatieven wil uitspreken.

Als het aan de 'marktpartijen' is om tot een oplossing van de dergelijke problematiek te komen, dan is het belangrijk dat de 'consument' niet stil gaat zitten. 'Hoe ver' mediabedrijven bereid zijn om te gaan in hun seksualiserings- en portreteringsethiek, is sterk afhankelijk van de toon in het maatschappelijk debat en het beeld dat hen via markt en imago-onderzoek ter ore komt. De, momenteel onder de noemer 'beperkt houdbaar', verzamelde voorvechters voor oplossingen van deze problematiek, doen er dan ook goed aan niet teveel naar de overheid, maar vooral om zich heen te kijken. Mediabedrijven moeten iets te winnen en te verliezen hebben. Dus: roep maar op tot een boycot van de Elle Girl, omdat ze structureel schoonheid verwacht met materiële status<sup>44</sup>, help een (ex)anorexia patiënte met een proefrechtszaak tegen MTV-networks, schrijf magazines dat je je abonnement hebt opgezegd omdat je moe wordt van de illusies die ze uitdragen, kaart iedere vorm van negatieve portretering aan bij de reclame code commissie, versier iedere overdreven slanke buik in de publieke ruimte met een verfbom en blij vervolgens bereid om keer op keer uit te leggen dat de schuld bij de mediabedrijven ligt en (niet te vergeten) dat je ze het hemd van het lijf zou kopen zodra ze goede portretering- en seksualiseringsethiek gaan bedrijven.

Deze club doet er tevens goed aan om de kern van haar boodschap goed in de gaten te houden. Zo melden de nieuwskoppen op [beperkt Houdbaar.info](http://beperkt Houdbaar.info) mij momenteel "*Eerste exemplaar boek tegen seksualering voor minister Plasterk*", "*Seks verkoopt niet*" en "*Bijenkorf wil af van dildo's*". Wat begon als een aanklacht tegen de cosmetische chirurgie lijkt langzaam te verworden tot een strijd tegen 'seksualisering' *an sich*. Los van het voordeel van enige focus zou ik nogmaals willen benadrukken dat het risicovol is om 'seksualisering' op zichzelf als iets negatiefs te bestempelen.

Het is voor hen misschien zaak om de gevoerde discussie enigszins 'uit de knoop' te halen. Zo is seksualisering (als in: meer seksuele prikkels) op zichzelf, naar mijn inzicht, niet intrinsiek 'verwerpelijk'. Zij kan slechts onwenselijk zijn in de mate dat de veroorzaakte associaties, en het (mede) daaruit voortkomende gedrag, onwenselijk is. Zo is er prima een 'geseksualiseerde' samenleving mogelijk zonder de 'ongelukkigmakende illusie'. Het dagelijks leven is dan gevuld met seksuele prikkels, maar in deze prikkels zit dan geen ongelukkigmakende illusie verborgen: de afgebeelde lichamen zijn 'realistisch'. Een andere verkeerde associatie zou de 'foutieve' weergave van man/vrouw relaties kunnen zijn. Ook dit is

---

<sup>43</sup> [http://www.dove.com/nl\\_nl/nl\\_nl/index.html](http://www.dove.com/nl_nl/nl_nl/index.html)

<sup>44</sup> De publieke aandacht is er groot genoeg voor

geen automatisch gevolg van seksualisering: De seks kan prima van de beeldbuis spatten terwijl mannen en vrouwen tijdens de videoclippen zeer gelijkwaardig met elkaar omgaan. Men zou de 'seksualisering' enigszins met rust moeten laten: om de behandelde problematiek tegen te gaan hoeven we niet de seksuele revolutie terug te draaien. Met enige overtuiging laten weten welke associaties we in de beeldcultuur onwenselijk achten, kan al veel goed doen.

Men moet hierbij weloverwogen onderzoeken welke specifieke associaties onwenselijk zijn. Hierbij dient het criterium gehanteerd te worden, dat die associaties die leiden tot (utilistische gezien) onwenselijke gedragingen onwenselijk zijn. Voorbeeld hiervan is de behandelde problematiek van Anorexia nervosa, of een negatieve invloed op het (latere) seksleven. Welke associaties 'negatief' zijn en dus bestreden zouden moeten worden zou het primaire aandachtspunt moeten zijn in het door de Rutger stichting voorgestelde onderzoek.

#### 4.6 POTENTIËLE REGULERING: MEDIA VAARDIGHEID & MEDIA EDUCATIE

Alle bovenstaande reguleringen zijn vormen van regulering aan de kant van de 'zender'. Het magazine, reclamebureau, de filmmaker of het TV programma dient zijn aanbod aan te passen, zodat deze onwenselijke gedragingen minder worden gestimuleerd. Er is echter ook een vorm van regulering mogelijk, waarbij men de verantwoordelijkheid hiervoor vooral bij de media 'ontvanger' neerlegt. Men spreekt in dit kader over 'mediaweerbaarheid', 'mediawijsheid' en 'mediavaardigheid'.

Kern van deze vorm van regulering is dat de moderne mens (jongeren) vaardigheden mee zou moeten krijgen, waarmee ze beter om kunnen gaan met media. In het specifieke geval wat in dit essay onder de aandacht ligt, zou het dus gaan om vaardigheden om om te gaan met seksueel getinte afbeeldingen, het utopische vrouwbeeld en het hieraan gerelateerde 'emotional work'. Bergman schrijft hierover in haar manifest:

*“Wie leert jongeren om de beelden en teksten die ze via de verschillende media consumeren in perspectief te plaatsen? [...] Wij roepen het nieuwe kabinet op om het vak media-educatie op basis- en middelbare scholen in te voeren.”<sup>45</sup>*

Jessica de Jong pleit voor een wat sterkere en 'moraliserendere' benadering:

*“De gesprekken met jongeren hebben mij ervan overtuigd dat bewustwording, voorlichting en waarschuwen noodzakelijk zijn om een mentaliteitsverandering te bewerkstelligen. Wij moeten jongens en mannen laten weten wat voor samenleving wij willen.”<sup>46</sup>*

Media vaardigheid is dus het ontwikkelen van vaardigheid met de in paragraaf 3.2, beschreven emotional labour naar aanleiding van confrontaties met beeldmedia. Het doel van 'media vaardigheid training' is om mensen (jongeren) een interpretatief kader mee te geven, waardoor zij vaardiger met beelden uit de media kunnen omgaan. In een dergelijk vak zou, volgens haar pleitbezorgers, niet alleen aandacht moeten zijn voor de manier waarop seksualiteit en vrouwen gedefinieerd worden, maar ook op de invloed van beelden in het nieuws en dergelijke op het eigen gedrag.

Via de wet op het primair onderwijs<sup>47</sup> en de wet op het voortgezet onderwijs<sup>48</sup> heeft de overheid de mogelijkheid om voor basisscholen en middelbare scholen (een deel van) het lesprogramma te definiëren.

---

<sup>45</sup> Larissa Pans, Marije Lieuwens, Myrthe Hilken, Sunny Bergman. (april 2007). *Manifest: Seks moet weer haute culture worden.*

<sup>46</sup> Karina Schaapman, hoerenlopen is niet normaal.

De overheid heeft dus de macht om scholen eventueel te verplichten een vak ‘media vaardigheid’ te laten aanbieden.

In de emancipatienota kondigt OC&W aan dat de SLO (Stichting Leerplan Ontwikkeling) een ‘leerlijn’ zal ontwikkelen ter bevordering van de mediawijsheid die scholen vrijwillig een plaats kunnen geven in het curriculum<sup>49</sup>. Het ministerie lijkt dus van mening dat het bevorderen van mediawijsheid belangrijk is, maar gaat (nog) niet zo ver dat ze het verplicht gaat stellen binnen het curriculum.

Aangezien een dergelijk lesprogramma momenteel niet grootschalig aangeboden wordt, is het moeilijk om bij voorbaat uitspraken te doen over de effectiviteit ervan. Naast de ‘leerlijn’ die de SLO gaat ontwikkelen zijn er overigens reeds enkele stichtingen / instituties die zichzelf tot taak hebben gesteld om de mediavaardigheid van jongeren te vergroten. Voorbeelden hier van zijn stichting Beeldcultuur<sup>50</sup> en Reclame Rakkers<sup>51</sup>. Bij de ontwikkeling van een dergelijke programma lijkt het mij zaak om niet zondermeer te veronderstellen dat jongeren net zo weinig mediavaardigheid hebben als hun leerkracht. Jongeren groeien op in een mediaklimaat dat voor hun ouders en leerkrachten vaak moeilijker te begrijpen is dan voor hen zelf. Er is een risico dat men een onderwijsprogramma gaat opzetten dat door jongeren als dusdanig vanzelfsprekend wordt ervaren, dat de educatieve waarde ervan in twijfel kan worden getrokken.

Bovendien lost een toename van de ‘media vaardigheid’ onder jongeren de ‘problemen’ niet automatisch op. Het is immers een vorm van symptoom bestrijding: zolang er ‘foutieve’ associaties in de beeldmedia aanwezig zijn zal een (klein) deel van de jongeren als gevolg van de associaties altijd onwenselijk gedrag<sup>52</sup> gaan vertonen. Overigens, (zoals reeds eerder aangehaald) slaagt het overgrote merendeel van de jongeren er, vooralsnog, prima in om ‘gezond’ met beeldcultuur om te gaan. Het is wel plausibel dat training in mediavaardigheid het formaat van de ‘problematische’ groep verkleint. Hierin schuilt een prima motivatie om scholing in mediavaardigheid op basis en/of middelbare scholen te gaan aanbieden.

Hierbij moet vanzelfsprekend in ogenschouw worden genomen, dat het aanbieden van het ene lesprogramma altijd ten kosten gaat van een ander programma. Aangezien de ‘problematische’ groep kleiner is dan de ‘vaardige’ groep zou men ook kunnen overwegen om het lesprogramma als ‘maatwerk’ te gaan aanbieden. Zoals dat nu bijvoorbeeld gebeurt met faalangst trainingen. Het probleem van deze vorm van ‘selectief beleid’ is dat er dan ook weer selectiemechanismen ontworpen zouden moeten worden om de ‘juiste’ leerlingen in dit lesprogramma te krijgen. Iets wat op zichzelf tijd en energie kost en

Ook zijn de voorbeelden die in een dergelijk lesprogramma worden aangehaald van groot belang: er bestaat een zeker risico dat dergelijke lesprogramma’s verworden tot een soort van normaliserende, staatsgestuurde programma’s, of een uurtje waarin de leerkracht aan zijn leerlingen vertelt wat er, volgens hem/haar allemaal in de media verteld wordt, dat niet ‘waar’ is. Misschien tevergeefs, maar dat is

---

<sup>47</sup> <http://wetten.overheid.nl/cgi-bin/deeplink/law1/title=Wet%20op%20het%20primair%20onderwijs>

<sup>48</sup> <http://wetten.overheid.nl/cgi-bin/deeplink/law1/title=Wet%20op%20het%20voortgezet%20onderwijs>

<sup>49</sup> Ministerie van OC&W (2007). *Meerkansen voor vrouwen: Emancipatiebeleid 2008 – 2011*. p 65

<sup>50</sup> <http://beeldcultuur.nl>

<sup>51</sup> <http://www.reklamerakkers.nl/>

<sup>52</sup> Zoals bijvoorbeeld anorexia Nervosa of een vertekend beeld van man/vrouw verhoudingen of het eigen lichaam.

een vorm van definierende macht die ik leerkrachten liever niet wil geven. Om dit te voorkomen zouden dergelijke lesprogramma's zich moeten beperken tot het aanleren van een soort van 'kritische grondhouding'. Dit is echter geen eenvoudige opdracht. Eigenlijk zouden kinderen reeds kennis moeten nemen van het sociaal geconstrueerde karakter van kennis en hun eigen denkbeelden. Het feit dat er, ondanks alle goede bedoelingen, nog steeds hele volkstammen aan de universiteit afstuderen zonder deze 'kritische grondhouding', geeft reden te twifelen aan de haalbaarheid van het reeds aanleren van een dergelijke houding binnen het basisonderwijs. Het is een nobel streven, maar waarschijnlijk te hoog gegrepen.

De aan deze vorm van regulering ten grondslag liggende ethiek is wat sterker liberaal gedefinieerd. Het is de verantwoordelijkheid van 'het individu zelf' om om te leren gaan met de mogelijkheden en gevaren van de beeldcultuur. Een pleidooi voor 'mediavaardigheid' bij jongeren horen we echter uit alle politieke hoeken. Men verwijst dan naar de, reeds uitvoerige behandelde, negatieve gevolgen van een 'geseksualiseerd' wereldbeeld bij kinderen en kijkt naar het onderwijs om kinderen te helpen om leren om te gaan met deze (seksuele) prikkels. Ik hoop in dit essay duidelijk gemaakt te hebben, dat het tegengaan van onwenselijke gedragingen als gevolg van 'foutieve' seksuele associaties, beter zal slagen als de beschikbaarheid van foutieve associaties wordt teruggedrongen, dan door jongeren te trainen in de 'emotional labour' naar aanleiding van deze prikkels, mede omdat het moeilijk is om met 'woorden' beelden te relativiseren. Desalniettemin zou een vorm van mediavaardigheidstraining, al dan niet als facetbeleid binnen andere lesprogramma's, de groep 'problematische gevallen' zeker kunnen verkleinen en ook bij de 'niet problematische' groep frustraties (het kleine leed) kunnen minimaliseren.

## 5. CONCLUSIE

De opkomst van de beeldcultuur wordt in toenemende mate vergezeld van een uitroep ter regulering van 'al dit visueel' wat over ons, moderne burgers, wordt uitgestort. Men veronderstelt dat jongeren, als gevolg van de in onze cultuur beschikbare beelden, onwenselijk gedrag gaan ontwikkelen, wat zij niet ontwikkeld zouden hebben als ze niet herhaaldelijk met deze beelden zouden zijn geconfronteerd. Een specifiek deelonderwerp van deze problematiek heb ik in dit essay in de spotlights gezet: de onwenselijke portrettering van vrouwenlichamen en de negatieve gevolgen van de vermeende 'seksualisering' van de samenleving.

Beelden doen andere dingen met mensen dan woorden. Ik hoop inzichtelijk gemaakt te hebben op welke manier de psychologische verwerking van beelden en het beperkte interpretatieve kader om beelden te kunnen 'rationaliseren', tot gevolg heeft, dat een toename van seksuele prikkels en ideaalbeelden, tevens een toename van 'emotional work' tot gevolg heeft. Dit om 'passend' met alle (seksuele) prikkels om te kunnen gaan. Deze toename in emotional work is voor iedereen vervelend, maar vormt voor sommigen echt een serieus probleem. Het 'psychische potentieel' van ongewenst gedrag, zoals Anorexia nervosa, wordt door de (commercieel geïndiceerde) brede beschikbaarheid van ideaalbeelden en seksuele prikkels vergroot.

Een nadere bestudering van de problematiek van Anorexia nervosa en de vermeende 'teloorgang' van de seksuele moraal onder jongeren, laat zien dat bepaalde uitingen en associaties in de beeldcultuur steeds 'een van de vele' factoren zijn waarom mensen bepaald onwenselijk gedrag vertonen.

Ik heb mijn vraagtekens gezet bij de door jonge feministen geopperde - en de door het kabinet overgenomen, problematisering van verschillende verworvenheden van de seksuele revolutie onder de noemer 'seksualisering'. Alhoewel er nog maar weinig over bekend is, gaat het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen er van uit dat de zich voltrekkende 'seksualisering' verschillende vergaande negatieve gevolgen heeft voor de ontwikkeling van de seksuele moraal bij jongeren. Ik heb in bovenstaand stuk gepleit voor een wat 'rustigere' houding ten opzichte van deze seksualisering en

Sociologie van het beleid – Regulering van beeldcultuur – Tomas Zwinkels – 0529923

gedegen onderzoek naar de invloed van specifieke (seksueel geladen) beelden op de (seksuele) ontwikkeling van jongeren.

De overheid heeft op de kernvraag van regulering van de beeldcultuur: *wat mag voor wie (niet)zichtbaar zijn*, zowel negatieve als positieve antwoorden geformuleerd. Zo kent Nederland momenteel een uitgebreid systeem van leeftijdsclassificaties waarmee men tracht bepaalde beelden 'bij jongeren weg te houden'; een verdergaande vorm van regulering is het algehele verbod op tabaksreclames. Daarnaast heeft de overheid ook een 'positief' antwoord op deze vraag gegeven: zij wil een minimale hoeveelheid 'kwaliteitsmedia', waarin aandacht is voor educatieve en (hoog) culturele elementen, voor al haar burgers beschikbaar hebben en financiert en reguleert op basis van deze gedachte de publieke omroep.

De uitgewerkte voorstellen tot verdere regulering betreffen voorstellen die betrekking hebben op de portrettering- en seksualisering problematiek. Namelijk: onderschriften bij 'gefotoshopte' beelden, een 'fotoshop vrij' keurmerk, het minimaliseren van 'verkeerde beelden' door een verbod of zelfregulering en, tot slot, het ondersteunen van jongeren in hun 'mediawijsheden' door mediaeducatie.

Van al deze voorstellen valt het meeste heil te verwachten van het minimaliseren van verkeerde beelden door zelfregulering. Verplichte bijschriften zijn, tenzij ze zeer specifiek zijn, waarschijnlijk niet erg effectief en als ze wel specifiek zijn, moeilijk te controleren. Een eventueel 'verantwoord fotoshop' keurmerk is zeker een goed idee, maar kan slechts een bescheiden bijdrage leveren aan de oplossing van het gehele probleem. Mediaeducatie kan zeer zeker bijdragen aan een verkleining van de 'problematische groep' (de groep die onwenselijk gedrag ontwikkelt als gevolg van bepaalde uitingen in de beeldcultuur), maar is een vorm van symptoombestrijding. De benodigde investeringen om beeldcultuur te reguleren, zullen altijd afgewogen moeten worden tegen het daadwerkelijk voordeel dat deze regulering oplevert. Om deze zelfregulering tot een succes te maken, is het belangrijk dat de groep die zich 'reeds heeft geroerd' zich vooral opstelt als 'kritisch consument'. Men dient een mooie balans te zoeken tussen modern activisme en weloverwogen consumptiegedrag. Op deze manier kan de branche onder druk gezet worden, om zichzelf via onderlinge afspraken te conformeren aan een richtlijn voor portrettering- en seksualiseringsethiek.

Wat kan de besproken portrettering- en seksualisering problematiek ons nu leren over de algemene haalbaarheid en wenselijkheid van een verdere regulering van de beeldcultuur? Allereerst dat beelden altijd slechts 'een van vele' invloedsfactoren zijn en dat regulering van beelden hiermee kan bijdragen aan, maar de gestelde problematiek nooit geheel kan oplossen. Ook is naar voren gekomen dat beelden moeilijker te 'rationaliseren' zijn en als gevolg hiervan beelden altijd relatief heftig en 'oppervlakkige' reacties zullen oproepen. Een tekstuele toelichting om mensen te helpen bij het rationaliseren van beelden vraagt, boven op het feit dat het een kostbare zaak is, vooral zeer specifieke toelichting om de rationalisering tot een succes te maken. Een tevens interessante observatie is de beperkte mogelijkheid van het (rationele) rechtstelsel om met (irrationele) beelden om te gaan. Mediamiddelen die niet onder beheer van de overheid staan, zijn maar moeilijk te reguleren. Regulering van beeldcultuur zal het dan ook vooral van zelfregulering moeten hebben, waarbij een extra duwtje vanuit de consument zeker geen kwaad kan. Mediaeducatie kan een oplossing vormen om kinderen beter om te leren gaan met beelden, maar hierbij moet men vooral streven naar het aanleren van een kritische grondhouding.

Ik zou dit essay graag afsluiten met een laatste observatie, waarin tevens stiekem een kleine cultuuropdracht voor vakgenoten zit verstopt. Zowel voor de 'mediaeducatie' als bij vormen van juridische regulering, blijkt het momenteel structureel te ontbreken aan een interpretatief kader (woorden) waarmee beelden en hun invloed bekritiseerd kunnen worden. Joris Luyendyk zei hier recent op zijn weblog over:

*“Terwijl onze cultuur primair visueel is, (tel het aantal woorden op een verkiezingsaffiche), heb ik op de middelbare school nauwelijks beelden leren doorzien. Jarenlang hebben ze me geholpen om de macht van woorden te begrijpen en te gebruiken: spreekbeurten, samenvattingen, tekstverklaringen, opstellen. Automatisch vraag ik me bij iedere nieuwe zin die ik lees af of deze logisch volgt op de vorige, en als dat niet zo is, krijg ik van mijn brein een signaaltje. Zo ben ik afgesteld bij woorden, maar bij beelden...”<sup>53</sup>*

Naast een pleidooi voor mediaeducatie is dit citaat vooral te lezen als een pleidooi voor mediaeducatie met betrekking tot beelden. Rationalisering is een talig process, maar de taal om beeld de rationaliseren ontbreekt. Het interpretatief repertoire waarmee men beelden tracht te rationaliseren, lijkt nu veelal beperkt tot één woord: ‘gefotoshopt’. Ondanks de onmiskenbare relativerende waarde van dit begrip zouden wij, sociaal wetenschappers, toch in staat moeten zijn om een omvangrijker interpretatief kader voor het doorzien van beelden te ontwikkelen? Ik houd mij aanbevolen voor een werkgroepje, of ‘taskforce’, zoals dat slagvaardig heet. :-)<sup>54</sup>

Ik hoop er, los van bovenstaande beleidsmatige reflectie, in dit stuk in geslaagd te zijn de lezer te overtuigen van de noodzaak van een weloverwogen houding ten opzichte van ‘seksualisering’. In plaats van seksualisering als fenomeen op zichzelf te gaan bestrijden, dient men zich te richten op het zoeken naar de schadelijke werking van specifieke associaties. Als bepaalde associaties inderdaad, aantoonbaar, schade tot gevolg hebben, dan kan men trachten de beschikbaarheid van deze associaties terug te dringen. De oudere generatie en daarbij doel ik ook op de ‘x’ers die zich nu in de discussie mengen, doet er hierbij goed aan, zich niet teveel door de eigen seksuele moraal te laten (mis)leiden.

---

<sup>53</sup> Weblog Luyendyk, *Waarom een inferieur medium toch moeilijker is* <http://weblogs.nrc.nl/weblog/joris/2007/07/18/waarom-een-inferieur-medium-toch-moeilijker-is/>

<sup>54</sup> Om in de afsluiting van de schriftproduct toch nog een beetje beeldcultuur op te nemen.