

Porno kijken en porno zien

Een discoursanalyse van de campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’

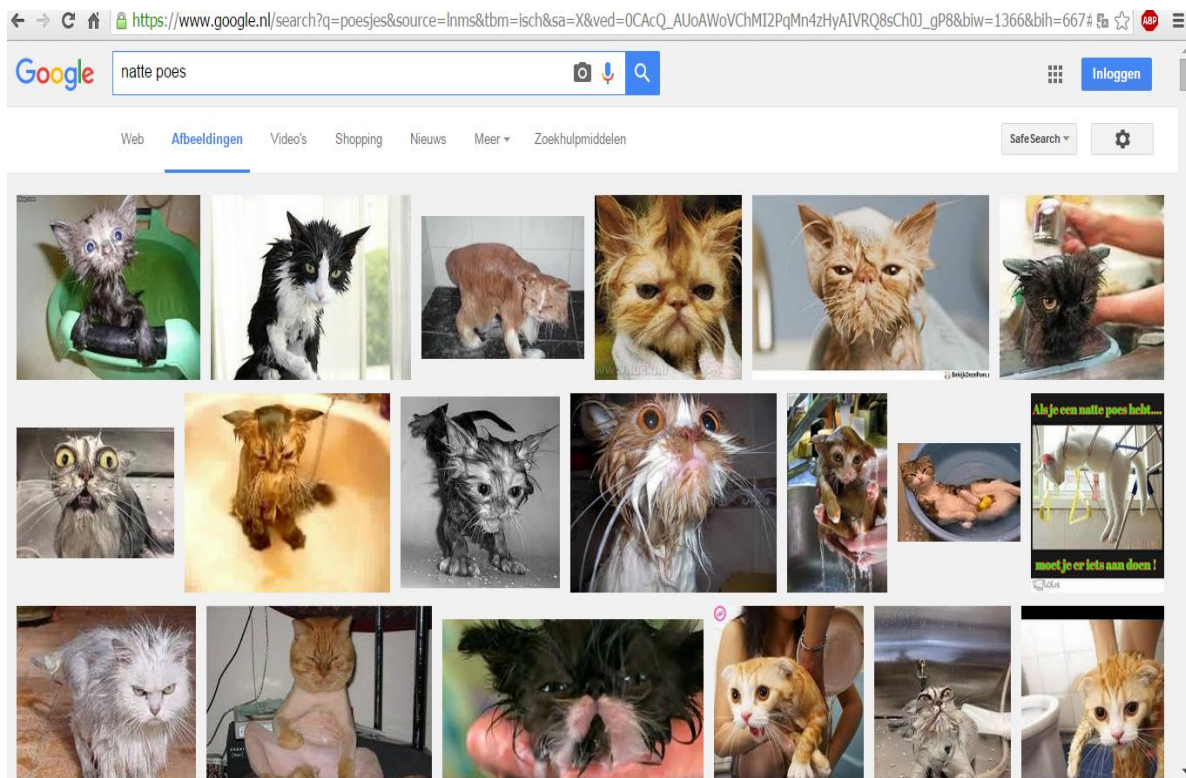


Fig. 1. SafeSearch 'natte poes', www.google.nl.¹

Naam: Esmee de Vries
Studentnummer: 3692337
Docent: Rob Leurs
Studiejaar: 2015/2016 - blok 1
Studierichting: Communicatie- en informatiewetenschappen
Inleverdatum: 13-11-2015
Aantal woorden: 8151

¹ Esmee de Vries, *SafeSearch 'natte poes'*, from: https://www.google.nl/search?q=natte+poes&safe=active&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI3Oz2gLvMyAIVxm8UCh24Rgkd, accessed October 16, 2015.

Abstract

Dit onderzoek richt zich op het blootleggen van genormaliseerde discoursen met betrekking tot porno, internetporno en de rol die ouders wordt toebedeeld in de bescherming van hun kinderen tegen het zien van porno. Door de wijze waarop porno, internetporno en de burger in de SIRE-campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’ worden gerepresenteerd te analyseren, verschaf ik inzicht in de ideologie die schuilgaat achter deze representaties. Middels mijn onderzoek beoog ik het discursieve veld met betrekking tot porno en internetporno te duiden en open te breken. Het doel van dit onderzoek is aan te tonen dat pornografie een meerduidig concept is. Dit onderzoek heb ik uitgevoerd aan de hand van een discoursanalyse in termen van Laclau en Mouffe. Door inzicht te verschaffen in de wijze waarop de contingentie van (internet)porno wordt gemaskeerd, heb ik interne conflicten, onberedeneerde aannames en intuïtieve concepten blootgelegd. Uit mijn analyse blijkt dat SIRE pornografie eenduidig articuleert; als een categorie waartegen jongeren bescherming behoeven. Evenals de Nederlandse overheid wijst SIRE de Nederlandse burger op haar eigen verantwoordelijkheid met betrekking tot de bescherming van jongeren tegen de schadelijke gevolgen van het zien van porno op jonge leeftijd. Deze positionering is gefundeerd op de kernwaarden van de neoliberale ideologie: voor kwesties die buiten het vizier van de markt vallen wordt er een beroep gedaan op individuele ontwikkeling en autonomie. Of het zien van pornografie op jonge leeftijd überhaupt schadelijk is, is nog maar de vraag.

Inhoudsopgave

| | |
|--|-------|
| Fenomeen & casus | 4-8 |
| Methode | 9-10 |
| Theoretisch kader | 11-13 |
| Analyse | 14-34 |
| Overheidsperceptie: verklarende context | 35-36 |
| Conclusie & discussie | 37 |
| Literatuurlijst | 38-41 |
| Bijlagen | 42-57 |

1. Fenomeen

Naar aanleiding van het instellen van een automatische pornoblokkade in Groot-Brittannië en het algeheel blokkeren van internetporno in IJsland hebben de ChristenUnie en SGP Kamervragen gesteld omtrent de rol van de Nederlandse overheid ten opzichte van internetporno.² Het veranderende medialandschap heeft tot gevolg dat de overheid zich moet zien te positioneren binnen het spanningsveld dat reikt van censuur tot een volledig vrije toegang tot informatie.³

Uit het strafrechtelijk verbod op extreem gewelddadig beeldmateriaal blijkt dat de wens van Groot-Brittannië tot aanscherping van de wetgeving op het terrein van pornografie, voort is gekomen uit zorgen over de beschikbaarheid en grenzeloze verspreiding van pornografische beelden van een stuitend en wreed karakter op internet.⁴ In reactie op dit verzoek tot aanscherping stelt de Nederlandse overheid dat kinderen bescherming behoeven tegen het kijken naar (extreem) gewelddadig beeldmateriaal welke de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van jongeren jonger dan 16 jaar schade toe zou kunnen brengen. Ouders, de media-industrie, de omroepinstellingen en de overheid hebben ieder een eigen verantwoordelijkheid in de taak deze bescherming te verwezenlijken.⁵ In het kader van internetporno betekent dit dat de burger als ouder onder invloed van de grenzeloze verspreiding van porno, zijn opvoedkundige en beschermende taak jegens zijn kinderen goed uit dient te (kunnen) oefenen. De overheid stelt zichzelf ten doel het institutionele kader hiertoe te realiseren, middels het steunen van initiatieven die empowerment beogen.

Het bepalen van een positie met betrekking tot het beschermen van kinderen tegen internetporno, vormt een politieke strijd welke niet eenvoudig gestreden is. Ideologische verschillen tussen de regerende partijen, economische belangen, en de mate waarin

² Ivo Opstelten, *Antwoorden Kamervragen over het bericht online porno automatisch geblokkeerd* (Den Haag: Directoraat-Generaal Rechtspleging en Rechtshandhaving, 2013).

Fred Teeven, *Beantwoording Kamervragen Voordewind (ChristenUnie) en Van der Staaij (SGP) over het bericht 'IJsland wil porno blokkeren'* (Den Haag: Directoraat-Generaal Jeugd en Sanctietoepassing, 2013). Het instellen van een automatische pornoblokkade in Groot-Brittannië moet voorkomen dat kinderen toegang krijgen tot sites die niet geschikt zijn voor kinderen. In IJsland moet het algeheel blokkeren van porno ertoe leiden dat pornografie niet via internet zal worden verspreid.

³ Ministerie van Economische Zaken, *It's the network, stupid!* (Den Haag: EZ, 2007), 31.

De titel van dit magazine verwijst naar Bill Clinton's presidentiële campagne uit 1992, welke hij voerde tegen de destijds zittende president George W. Bush. Eén van de pijlers van deze campagne werd gevat in de slogan "The economy, stupid." Clinton verweet Bush niet te weten waar het om draait, namelijk de economie. Het gebruik van de titel "It's the network, stupid!" suggereert dat de focus op het netwerk en zijn gevolgen voor de netwerkeconomie zou moeten liggen. Onder invloed van elektronische communicatie verandert de relatie tussen burger, bedrijven en overheid op welke in termen van economisch nut moet worden geanticipeerd (Ministerie EZ, 6).

⁴ Ivo Opstelten, *Strafrechtelijk verbod op extreem gewelddadig beeldmateriaal* (Den Haag: Directoraat-Generaal Preventie, Jeugd en Sancties, 2010), bijlage, 9.

⁵ *Ibid.*, 2.

pornografie schadelijk wordt geacht voor jongeren, zijn mede bepalend voor de koers die wordt gevaren. De Nederlandse overheid geeft aan de voorwaarden met betrekking tot het beschermen van kinderen tegen internetporno te willen scheppen, maar duidt de burger tevens op haar eigen verantwoordelijkheid. Dit beleid dient in mijn optiek te worden gezien in het licht van neoliberal gedachtegoed. Neoliberalisme, zo schetst politicologe Susan George in “A Short History of Neoliberalism,” omvat een waaier aan politiek-economische ideeën, en kan zowel naar een systeem als een ideologie verwijzen.⁶ Neoliberalisme borduurt voort op het liberale idee dat ieder individu naar eigenbelang streeft, in een maatschappij die in zijn geheel welvarender wordt, doordat vraag en aanbod de vrije markt in goede banen leidt. Neoliberalisme breidt het belang van de vrije markt en het ongebonden individu uit met het idee dat decentralisatie van macht en een terugtrekkende staat, de allocatie van arbeid en kapitaal stimuleren.⁷ Dit zou de economische en politieke vrijheid ten goede moeten komen. De rol van de overheid is het creëren van een institutioneel *framework* – hetgeen de Nederlandse overheid beoogt te doen met betrekking tot de bescherming van kinderen tegen internetporno.

Of een beleid dat in het licht van neoliberal gedachtegoed is geconstrueerd voldoende aandacht heeft voor maatschappelijke kwesties die voortkomen uit ongelijkheid, moet blijken uit een kritische analyse van een specifiek maatschappelijk thema. In *A Brief History of Neoliberalism* beargumenteert sociaal geograaf David Harvey waarom hij het neoliberalisme als een valse utopie ziet. De politiek-economische constructie van het neoliberalisme leidt volgens hem tot een verscherping van de sociale ongelijkheid, doordat eenieder wordt geacht mee te kunnen doen in een door de markt gedreven systeem. Wanneer een klasse niet mee kan komen in dit systeem, valt deze klasse buiten het vizier van de overheid. Het neoliberalisme is gefundeerd in een geloof in de markt, en vestigt zodoende de heersende, autonome klassen, die mee kunnen komen in dit systeem. De markt wordt volgens Harvey intrinsiek ethisch geacht en moraliteit wordt gezien als sociale aangelegenheid.⁸

Casus

In dit onderzoek richt ik me op het maatschappelijke thema internetporno en haar vermeende schadelijke effecten voor jongeren. Evenals de Nederlandse overheid stelt de Stichting Ideële Reclame (hierna: SIRE) dat jongeren bescherming behoeven tegen het zien van porno op

⁶ Susan George, “A Short History of Neoliberalism,” *Conference on Economic Sovereignty In a Globalising World*, vol. 24, 1999.

⁷ Ibid.

⁸ David Harvey, *A Brief History of Neoliberalism* (Oxford: Oxford University Press, 2005).

internet. Volgens SIRE behoeft het thema internetporno een vergrootte betrokkenheid van de samenleving. In de campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet,’ neemt SIRE de taak op zich het thema internetporno bespreekbaar te maken en te agenderen bij de Nederlandse burger, opinieleiders en besluitvormers. Middels een crossmediale campagne beoogt SIRE mediawijdsheid met betrekking tot internetporno opnieuw op de kaart te zetten en de betrokkenheid van de samenleving bij dit onderwerp te vergroten.⁹ SIRE neemt een duidelijke positie in met betrekking tot de sociaal-culturele gevolgen van het veranderende medialandschap. In het licht van het neoliberale gedachtegoed lijkt de SIRE-campagne een interessante casus; de bescherming van een zwakkere groep, namelijk kinderen, behoeft volgens de makers van deze campagne meer aandacht.

Van belang voor mijn onderzoek is de wijze waarop SIRE zich verhoudt tot het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno. SIRE is een initiatief vanuit de communicatiebranche en heeft sinds 1967 al meer dan 90 ideële campagnes opgezet, met als doel het creëren van bewustwording met betrekking tot maatschappelijke thema's. SIRE is een onafhankelijke stichting en stelt geen banden met de overheid of andere organisaties te hebben.¹⁰ SIRE neemt met haar campagne geen kritisch standpunt in, maar opereert binnen het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno.

Zowel het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno, als de SIRE-campagne, worden gedreven door het veranderende medialandschap. Het veranderende medialandschap impliceert een verandering in het gebruik van media, waaronder het internet. Deze veranderende verhouding brengt zowel sociaaleconomische als sociaal-culturele gevolgen met zich mee. In haar campagne presenteert SIRE haar ideologische visie op de gevolgen die het veranderende medialandschap heeft voor de bescherming van kinderen tegen porno. In mijn onderzoek richt ik me op het genormaliseerde idee over (internet)porno en de rol die ouders toegekend krijgen. Dit onderzoek ik aan de hand van een discoursanalyse van de SIRE-campagne, waarbij ik de discoursanalyse gebruik als gereedschap om de ideologie die schuilgaat achter de campagne bloot te leggen. Het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno dient als verklarende context voor de resultaten van mijn analyse.

De ideologie die schuilt achter de campagne komt tot uiting in de wijze waarop SIRE haar conceptie van internetporno en de burger als internetgebruiker construeert. Het veranderende medialandschap heeft zowel gevolgen voor porno als categorie, met de komst van internetporno, als voor de gebruiker van het internet. In de SIRE-campagne komen drie

⁹ “Over SIRE,” SIRE, accessed September 23, 2015, <http://www.sire.nl/over-sire>.

¹⁰ Ibid.

discoursen samen: porno, internetporno en de burger als ouder en kind. Deze drie elementen vormen de knooppunten in het discours dat SIRE met haar campagne opwerpt. Rondom deze tekens worden andere tekens geordend. Door de wijze waarop porno, internetporno en de burger in de campagne worden gerepresenteerd te analyseren, beoog ik de ideologie die schuilgaat achter deze representaties aan de hand van genormaliseerde discoursen bloot te leggen.

De vraag die centraal staat in mijn onderzoek luidt als volgt: “Hoe wordt de ideologie van de SIRE-campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’ discursief gearticuleerd?” Deze vraag zal ik beantwoorden door opeenvolgend de volgende deelvragen te beantwoorden:

- Hoe wordt porno in de SIRE-campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’ gerepresenteerd?
- Hoe wordt internetporno in de SIRE-campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’ gerepresenteerd?
- Hoe worden ouders en kinderen in de SIRE-campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet’ gerepresenteerd?

Door de representatie van porno in de SIRE-campagne te analyseren achterhaal ik ten eerste het genormaliseerde idee over porno als categorie. Vervolgens analyseer ik hoe porno in termen van haar verspreiding op internet wordt gerepresenteerd. Tot slot richt ik me op de rol die SIRE ouders en kinderen toebedeelt met betrekking tot internetporno. In mijn analyse richt ik me nadrukkelijk op de wijze waarop de betekenis van de knooppunten, te weten porno, internetporno en de burger als ouder en kind, ten opzichte van elkaar wordt geconstrueerd. Door me in de beantwoording van alle deelvragen te richten op de wijze waarop samenhang tussen deze knooppunten wordt geconstrueerd, beoog ik de ideologie achter de campagne bloot te leggen.

Vooruitblik

In het volgende hoofdstuk zal ik mijn methode voor dit onderzoek toelichten. In het derde hoofdstuk bespreek ik mijn positionering met betrekking tot de concepten porno, internetporno en ideële reclame. In het vierde hoofdstuk presenteer ik de resultaten van mijn analyse en geef ik antwoord op de deelvragen. In het vijfde hoofdstuk plaats ik de resultaten van mijn analyse in een bredere context, door het discours van de overheid met betrekking tot internetporno te gebruiken als verklarende context. In het zesde hoofdstuk formuleer ik een

antwoord op mijn hoofdvraag en reflecteer ik op de gebruikte methode en de uitkomsten van mijn onderzoek. Daarnaast doe ik suggesties voor vervolgonderzoek.

2. Methode

In “The Work of Representation” beschrijft cultuurtheoreticus en socioloog Stuart Hall hoe representaties taal en betekenis verbinden aan cultuur. Representatie is zowel het mentaal verbeelden, als het beschrijven van ‘iets’: het symboliseren, het vervangen voor - het representeren van. Betekenis komt tot stand door de relatie tussen dingen in de wereld en ons conceptuele systeem.¹¹ Niet alleen taaluitingen, maar ook beelden, objecten en bijvoorbeeld geluiden functioneren als representerende tekens, waarvan de betekenis tot stand komt door de relatie tot andere tekens. Volgens Hall kunnen we cultuur zien als de gedeelde conceptuele kaders, de gedeelde taal en de gedeelde betekenissen van bepaalde tekens. Categorieën helpen bij het bepalen van de sociale en culturele context van een teken.¹²

De betekenis van tekens wordt geconstrueerd binnen en door het systeem van representatie. Om de ideologie van SIRE die schuilgaat achter de representatie van porno, internetporno, en de burger als ouder en kind bloot te leggen, acht ik een discoursanalyse in termen van Laclau en Mouffe het meest geschikt.¹³ Ik heb gekozen voor een discoursanalyse in termen van Laclau en Mouffe, omdat zij sociale praktijken als volledig discursief begrijpen.¹⁴ Aan de hand van deze methode kan zowel de strijd om betekenis, als de wijze waarop objectiviteit wordt geconstrueerd worden blootgelegd. De discoursmethode in termen van Laclau en Mouffe leent zich ervoor een discours te deconstrueren, en de dominantie van één perspectief aan te tonen.

In *Discourse Analysis as Theory and Method* beschrijven Jørgensen en Phillips, Laclau en Mouffes discoursstheorie.¹⁵ Laclau en Mouffe betogen in hun theorie dat de articulatie van zowel fysieke als talige objecten plaatsvindt binnen een *discours*. Het concept discours wordt gebruikt om de structuur die voortkomt uit een praktijk waarin tekens worden gearticuleerd te duiden. Volgens Laclau en Mouffe is iedere articulatie van een element contingent. Dit houdt in dat iedere betekenis van een element mogelijk, maar niet noodzakelijk is.¹⁶ De politieke strijd waarin de betekenis van elementen wordt geconstrueerd is volgens Laclau en Mouffe continu; het bereiken van een gefixeerde betekenis van een teken is niet mogelijk. De betekenis van ieder teken is immers contingent.

¹¹ Stuart Hall, “The Work of Representation,” in *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, ed. Stuart Hall, Vol. 2. (London: Sage, 1997).

¹² Hall, “The Work of Representation,” 15-30.

¹³ Ernesto Laclau and Chantal Mouffe, *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics* (London: Verso, 2001).

¹⁴ Laclau and Mouffe, *Hegemony and Socialist Strategy*, 120.

¹⁵ Marianne W. Jørgensen and Louise J. Phillips, *Discourse analysis as theory and method* (London: Sage, 2002).

¹⁶ Laclau and Mouffe, *Hegemony and Socialist Strategy*.

De politieke strijd om betekenis krijgt vorm in de representatie van conceptuele kaders, (gedeelde) taaluitingen en (gedeelde) betekenissen van tekens: het in- en uitsluiten van mogelijke betekenissen. Volgens Laclau en Mouffe is een discours een vermindering van mogelijke betekenissen van tekens. Door het afbakenen van het discursieve veld wordt er gestreefd naar *closure*: de tijdelijke vestiging van de betekenis van een element in een *moment*. Een discours is de poging tot het creëren van een uniform systeem van betekenis.¹⁷ Door het representeren van dominante conceptuele kaders kan de contingentie van een discours worden vergeten en kan er objectiviteit worden geconstrueerd. Volgens Laclau en Mouffe komt de heersende ideologie binnen een discours tot uiting in de wijze waarop objectiviteit wordt geconstrueerd.

In de SIRE-campagne vormen porno, internetporno en de burger als ouder en kind de knooppunten rondom welke andere tekens worden geordend. In mijn analyse richt ik me enerzijds op de manier waarop deze elementen worden gearticuleerd, en anderzijds op de manier waarop deze elementen worden geconstrueerd, ten opzichte van elkaar. Tevens analyseer ik welke potentiële betekenissen van deze elementen worden uitgesloten. Door de wijze waarop dominante conceptuele kaders in de SIRE-campagne worden gerepresenteerd bloot te leggen, duid ik de genormaliseerde ideeën die schuilgaan achter deze kaders. Door te laten zien hoe de samenhang tussen deze verschillende ideeën wordt geconstrueerd, beoog ik de ideologie die schuilgaat achter de campagne bloot te leggen. Om mijn analyse vervolgens in een bredere context te kunnen plaatsen, zal ik de resultaten verklaren door deze te beschouwen in het licht van het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno.

Mijn onderzoeksmateriaal zal bestaan uit het campagnemateriaal van SIRE. Het campagnemateriaal bestaat uit twee reclame video's, twee radiofragmenten en een infoportaal op de website van SIRE. Het onderzoek 'Kinderen zien porno op internet' dat Flycatcher Internet Research¹⁸ voor deze campagne heeft gedaan dient als ondersteunend materiaal voor mijn analyse. Vanwege de omvang van dit onderzoek ben ik genoodzaakt een analyse van de knooppunten in genormaliseerd discours en in overheidsdiscours buiten beschouwing te laten.

¹⁷ Jørgensen and Phillips, *Discourse analysis*, 27.

¹⁸ "Kinderen zien porno op internet," SIRE, accessed September 28, 2015, <http://sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet>.

3. Theoretisch kader

Het uitgangspunt van mijn onderzoek is het idee dat de concepten porno, internetporno en ideële reclame niet eenduidig zijn. De betekenis van deze concepten komt tot stand door hun articulatie in discoursen. In dit hoofdstuk positioneer ik me ten opzichte van de academische debatten en literatuur met betrekking tot de concepten porno, internetporno en ideële reclame.

Internetporno

Volgens literatuurwetenschapper Walter Kendrick is de categorisering van seksueel expliciet materiaal, ofwel pornografisch beeldmateriaal, een recent fenomeen. Het debat met betrekking tot de gevaren van pornografisch beeldmateriaal komt volgens hem voort uit het debat over de gevolgen van de toenemende mate waarin seksueel beeldmateriaal in mainstream massamedia wordt gerepresenteerd.¹⁹ Over de gevolgen en gevaren van (internet)porno bestaat echter onduidelijkheid.²⁰ Pornografie wordt volgens Kendrick doorgaans geassocieerd met immoraliteit en gevaar. Pornografie wordt veelal gecategoriseerd als een afwijkende categorie, welke geheim moet blijven voor sociale groepen zoals bijvoorbeeld vrouwen, kinderen en lagere sociale klassen.²¹

Mediawetenschapper Susanna Paasonen stelt dat de notie van porno onstabiel en dynamisch van aard is. In *Carnal Resonance* beschrijft zij hoe pornografie als categorie onder invloed van het veranderende medialandschap drastisch is veranderd. De beschikbaarheid, bereikbaarheid en diversiteit van porno zijn ontzettend toegenomen onder invloed van digitale netwerken en productiemethoden. Het veranderende medialandschap heeft veranderingen met betrekking tot de productie, distributie en consumptie van pornografie met zich meegebracht. Pornografie dient als categorie dan ook in de context van deze veranderingen te worden gezien en te worden geanalyseerd.²²

Een ander belangrijk onderscheid dat mediawetenschapper Feona Attwood schetst, is het onderscheid tussen *mainstream* porno en alternatieve porno. Alternatieve pornografie conformeert zich niet aan de regels en normen van standaard, commerciële pornografie. Attwood onderscheid alternatieve porno (i.e. alt porn) als volgt: “[Alt porn defines itself] through a variety of oppositions to mainstream culture – and especially mainstream porn – as creative, vibrant, classy, intelligent, glamorous, erotic, radical, varied, original, unique,

¹⁹ Walter Kendrick, *The Secret Museum: Pornography in Modern culture* (Los Angeles: University of California Press, 1987).

²⁰ Zie bijvoorbeeld: Neil M. Malamuth, Tamara Addison, and Mary Koss, "Pornography and sexual aggression: Are there reliable effects and can we understand them?," *Annual review of sex research* 11.1 (2000), 57-59.

²¹ Feona Attwood, "Reading porn: The paradigm shift in pornography research," *Sexualities* 5.1 (2002): 95-97.

²² Susanna Paasonen, *Carnal Resonance: Affect and Online Pornography* (Cambridge: MIT Press, 2011).

exceptional and sincere compared to the unimaginative, dull, tasteless, stupid, sleazy, ugly, hackneyed, standardized, commonplace, trite, mediocre, superficial and artificial.”²³ Het onderscheid dat Attwood schetst toont de meerduidigheid van pornografie als categorie. Een mainstream conceptie van porno is een mogelijke, maar niet noodzakelijke invulling van dit concept. Mijn definitie van mainstream pornografie omvat al bovenstaande karakteristieken van mainstream, commerciële pornografie. Daarnaast benader ik de producten van mainstream pornografie als gestandaardiseerd, voor de massa geproduceerd, passief geconsumeerd en met een overeenstemmende representatie van normen, conventies, iconen, stijl, format en narratief zoals karakteriserend voor commerciële pornografie.²⁴

In mijn analyse bestudeer ik welke betekenissen met betrekking tot porno worden in- en uitgesloten. Met betrekking tot het concept internetporno bestudeer ik welke karakteristieken van porno en haar verspreiding op internet worden gerepresenteerd. Het concept porno bestudeer ik in het licht van het onderscheid tussen mainstream en alternatieve porno. Door te duiden hoe de samenhang tussen de articulatie van (internet)porno en de articulatie van het publiek (de burger als ouder en kind) wordt geconstrueerd, beoog ik het dominante perspectief op deze concepten bloot te leggen.

Ideële reclame

Reclame heeft een belangrijke rol in het toeschrijven van betekenis aan tekens. Volgens sociologe McFall neemt reclame een plek in tussen cultuur en consumptie, en economie en productie.²⁵ Binnen het discursieve veld dat McFall schetst, profileert SIRE zich als maker van ideële reclame, wat duidt op een onderscheid tussen ideële en ‘gewone’, commerciële reclame. Sinds 1967 verspreidt SIRE middels haar campagnes ideologische boodschappen met betrekking tot ethische en maatschappelijke vraagstukken.

In “The Promotional Condition of Contemporary Culture” betoogt Wernick dat de impact van reclame op cultuur sterk is toegenomen, doordat de marktwerking in de gehele sociale wereld is doordrongen. Alles draait om het genereren van bekendheid en aandacht met als uiteindelijke doel: het verdienen van geld.²⁶ Het idee dat de marktwerking (en het neoliberale gedachtegoed) in de gehele sociale wereld is doordrongen, zal als verklarende context voor de resultaten van mijn analyse dienen. Ik beschouw het onderscheid tussen ideële

²³ Feona Attwood, “No money shot? Commerce, pornography and new sex taste cultures,” *Sexualities* 10 (4) (2007): 449-50.

²⁴ Paasonen, “Labors of love,” 4.

²⁵ Liz McFall et al., “Which half?” Accounting for Ideology in Advertising,” *Critical Marketing: Defining the Field* (Oxford: Elsevier, 125-138).

²⁶ Andrew Wernick, “The Promotional Condition of Contemporary Culture,” *The Consumer Society Reader* (2000): 300-318.

en commerciële reclame dan ook als een discursieve positie, waarbij SIRE zich profileert als stichting wiens primaire doel het creëren van bewustwording is. Door te bestuderen hoe SIRE culturele en conceptuele kaders inzet om deze positie te vestigen, tracht ik in mijn analyse bloot te leggen hoe SIRE zichzelf vestigt als stichting die ethische en morele kwesties aankaart.

Academische relevantie

Met mijn onderzoek beoog ik het huidige theoretische debat met betrekking tot de meerduidigheid van pornografie als categorie aan te vullen.²⁷ Door te duiden welke mogelijke betekenissen er worden in- en uitgesloten, beoog ik de politieke strijd met betrekking tot de betekenis van (internet)porno aan te tonen.²⁸ Door inzicht te verschaffen in de wijze waarop de contingentie van (internet)porno wordt gemaskeerd, beoog ik interne conflicten, onberedeneerde aannames en intuïtieve concepten bloot te leggen. Door alternatieve concepties te introduceren beoog ik het discursieve veld open te breken. De discoursanalyse van mijn casus zal leiden tot een reflectie van de dominante articulaties van porno, internetporno en de rol van de burger.

Maatschappelijke relevantie

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is te vinden in het blootleggen van genormaliseerde discoursen met betrekking tot internet, internetporno en de rol die de burger krijgt toebedeeld. Door inzicht te verschaffen in de wijze waarop de contingentie van deze concepten wordt gemaskeerd, toon ik de tweeledigheid in het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno. Enerzijds grijpt de overheid niet in, en anderzijds steunt de overheid initiatieven die empowerment beogen.

²⁷ Kendrick, *The Secret Museum*.

Ken Plummer, "Intimate Citizenship: the Politics of Sexual Story Telling," in *Telling Sexual Stories* (London: Routledge, 1995), 167-180.

Paasonen, *Carnal Resonance*.

²⁸ Rosalind Gill, "Media, Empowerment and the 'Sexualization of Culture' Debates," *Sex Roles* 66 (2012): 736-745.

Monique Mulholland, *Young People and Pornography: Negotiating Pornification* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013).

4. Analyse

In mijn analyse richt ik me op de wijze waarop porno, internetporno en de burger als ouder, kind en gebruiker van het internet in de SIRE-campagne worden gerepresenteerd. Door specifieke articulaties in een bredere context te plaatsen duid ik naar welke discoursen er wordt gerefereerd, en welke discoursen er zodoende worden gereproduceerd. Uitgangspunt hierbij is de gedachte dat de categorieën en discoursen waarnaar wordt gerefereerd, de sociale en culturele context van de articulaties bepalen. Daarnaast duid ik hoe het discursieve veld wordt afgebakend door te analyseren welke mogelijke betekenissen er worden in- en uitgesloten. Door te laten zien hoe in de articulatie van porno en de burger als ouder en kind wordt gestreefd naar een uniform systeem van betekenis, leg ik de ideologie die schuilgaat achter de campagne bloot.

4.1. SIRE

Allereerst is het van belang in kaart te brengen wat SIRE is. SIRE is een initiatief vanuit de communicatie- en mediabranche en maakt sinds 1967 ideële campagnes. Op haar website omschrijft SIRE zichzelf als een volstrekt onafhankelijke stichting welke geen banden heeft met de overheid of andere organisaties. SIRE stelt thema's aan de orde om bespreekbaar te maken in de Nederlandse samenleving, en te agenderen bij burgers, opinieleiders en besluitvormers. Met haar campagnes wil SIRE bijdragen aan een vitale en betrokken samenleving. Op de vraag hoe SIRE dit verwezenlijkt wordt aangegeven dat de belangeloze inzet van de communicatiebranche het mogelijk maakt om de crossmediale campagnes gratis te ontwikkelen, te plaatsen en uit te zenden.²⁹

Het goede imago dat aan de merknaam SIRE is verbonden, is te herleiden tot de wijze waarop SIRE de betekenis van haar naam construeert. In naam onderscheidt SIRE zich als stichting *ideële* reclame, van bijvoorbeeld reclamebureaus die commerciële reclame maken. In termen van Laclau en Mouffe wordt de betekenis van SIRE als ideële reclamemaker ingesloten, en wordt de betekenis van SIRE als commerciële reclamemaker uitgesloten. Dit discursieve veld dat SIRE middels haar naam afbakt wordt geassocieerd met 'het goede'. De boodschap lijkt dan ook te zijn dat het product dat SIRE maakt ideëel van aard is – SIRE maakt reclame met een (belangrijke) boodschap. In haar campagnes benadrukt SIRE dan ook het belang van een vitale en betrokken samenleving bij de maatschappelijke thema's die ze aansnijdt.

²⁹ "Veel gestelde vragen," SIRE, accessed September 28, 2015, <http://www.sire.nl/veel-gestelde-vragen>.
"Over SIRE," SIRE, accessed September 29, 2015, <http://www.sire.nl/over-sire>.

De wijze waarop SIRE het discursieve veld afbakt en zichzelf articuleert, vestigt de betekenis van SIRE als stichting.³⁰ Door haar goede imago bekleedt SIRE een bijzondere positie binnen de mediabranche. SIRE wordt beschouwd als autoriteit in de reclamewereld.³¹ In haar representatie motiveert SIRE echter niet waarom mensen uit de communicatiebranche geschikt zouden zijn om ethische vraagstukken middels campagnes aan te kaarten. Als ideële stichting verkoopt SIRE in mijn optiek dan ook geen product, maar een bepaald idee. Op het eerste gezicht lijken hier geen commerciële belangen bij te zijn gemoeid. Het genereren van naamsbekendheid en aandacht kan echter reden zijn om jezelf te identificeren met de ideologie van SIRE. Interessant voor de verdere bestudering van deze case is dan ook de mate waarin SIRE dominante, genormaliseerde kaders met betrekking tot porno en internetporno reproduceert.

Een verder inzicht in de afbakening van het discursieve veld waarin SIRE zich begeeft wordt geboden door de criteria waaraan een thema voor een nieuwe campagne moet voldoen.³² Zo moeten campagnes bijvoorbeeld geschikt zijn voor massacommunicatie en geaccepteerd worden door de media. Deze criteria duiden er enerzijds op dat de campagnes geschikt moeten zijn voor verschillende distributiewijzen, en anderzijds dat de campagnes geschikt moeten zijn voor een breed publiek. De campagnes moeten verspreid kunnen worden naar de massa, en moeten door de (massa)media kunnen worden geaccepteerd. SIRE geeft hiermee aan zich in te willen passen in het discours van de traditionele massamedia.

Daarnaast mag een thema voor een SIRE-campagne geen politieke of godsdienstige achtergrond hebben. Hieruit blijkt dat SIRE niet beoogt deel te nemen in het politieke discours. Waar reclame een plek inneemt tussen cultuur en consumptie, en economie en productie, claimt SIRE als maker van ideële reclame een uitzonderlijke, onafhankelijke positie tussen de burger en de Nederlandse overheid. In termen van discoursstheorie gaat het uiten van een ideologie echter gepaard met het innemen van een politieke positie. Hoe SIRE haar plek vestigt in dit discursieve veld, zal blijken uit de wijze waarop SIRE betekenis geeft aan de belangrijkste knooppunten in dit discursieve veld: porno, internetporno en de burger.

³⁰ Door het afbakenen van het discursieve veld wordt er gestreefd naar *closure*: de tijdelijke vestiging van de betekenis van een element in een *moment*. Het concept closure zal ik in de rest van mijn analyse toepassen met termen als het kaderen van het discours, het vestigen van betekenis en het afbakenen van het discursieve veld. Van belang hierbij is dat closure altijd tijdelijk van aard is.

³¹ "Over SIRE," SIRE, <http://www.sire.nl/over-sire>.

³² De criteria zijn als volgt: het onderwerp moet maatschappelijk relevant zijn; het mag geen politieke of godsdienstige achtergrond hebben; het moet geschikt zijn voor massacommunicatie; het moet geaccepteerd kunnen worden door de media; het mag geen directe leden- of fondsenwerving beogen; het moet met algemene stemmen aanvaard worden door het bestuur en; er mogen geen publiciteitsfondsen en middelen voor het onderwerp beschikbaar zijn (SIRE 2015).

4.2. De campagne

Op 28 april 2014 lanceerde SIRE de bewustwordingscampagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet.’ In het bijbehorende persbericht wordt verteld dat SIRE middels de campagne ouders poogt aan te spreken op het feit dat 79% van de kinderen porno ziet op internet.³³ Ouders moeten zich volgens SIRE bewust worden van het feit dat van alle kinderen onder de tien jaar, één op de drie wel eens porno op internet heeft gezien. Uit het ondersteunende onderzoek van Flycatcher blijkt dat 66% van de ouders met kinderen onder de tien hier nog nooit met hun kind over heeft gesproken.³⁴ Volgens Annemarieke de Haan, projectleider voor deze campagne, beseffen veel ouders niet hoe groot de kans is dat kinderen op jonge leeftijd met porno op internet worden geconfronteerd. Binnen drie klikken kunnen kinderen expliciete seksbeelden tegenkomen. Driekwart van de ouders denkt dat hun kind hier zelf over zal vertellen, maar 43% van de kinderen geeft aan dit niet te doen.³⁵

Middels het persbericht wordt het discursieve veld waarbinnen de knooppunten porno, internetporno en de rol van ouders en kinderen worden gearticuleerd afgebakend. Porno wordt allereerst gearticuleerd als een thema dat aandacht behoeft, omdat een groot percentage kinderen op jonge leeftijd porno tegenkomt op internet. Ouders moeten volgens projectleider De Haan ‘beseffen hoe groot de kans is dat’ kinderen met porno op internet kunnen worden ‘geconfronteerd’. Het knooppunt porno wordt hier gearticuleerd als iets afwijkends en ‘gevaarlijks’, als iets waarvan je moet beseffen dat kinderen er zomaar binnen drie klikken op kunnen stuiten. Dat kinderen hier op kunnen stuiten, is volgens SIRE reden om met kinderen over porno te spreken.

Het discours dat SIRE opwerpt en afbakent zal ik nader analyseren aan de hand van specifieke articulaties in de twee TV commercials en de twee radiofragmenten van de campagne. Hierbij richt ik me op de wijze waarop er wordt gestreefd naar het vestigen van het discours. Hierbij let ik op de reproductie van dominante conceptuele kaders, waarbij wordt gestreefd naar het vastleggen van de betekenis van elementen.

³³ Persbericht SIRE, “Nieuwe SIRE-campagne: ‘Praat met je kind over porno, voordat internet het doet,’” *Nieuws.sire.nl*, April 28, 2014, accessed September 24, 2015, <http://nieuws.sire.nl/sire-praat-met-je-kind-over-porno--voordat-internet-het-doet/>

Voor het gehele persbericht zie bijlage 1.

Dit blijkt uit onderzoek dat onderzoeksbureau Flycatcher voor SIRE heeft uitgevoerd.

³⁴ “Kinderen zien porno op internet,” SIRE, <http://sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet/>.

³⁵ Persbericht SIRE, “Nieuwe SIRE-campagne,” <http://nieuws.sire.nl/sire-praat-met-je-kind-over-porno--voordat-internet-het-doet/>.

4.2.1 Hoe wordt porno gerepresenteerd?

Ter beantwoording van deze deelvraag richt ik me op de specifieke articulaties van porno in beide TV commercials. Deze articulaties duiden de wijze waarop SIRE porno als categorie representeert.

In het persbericht stelt SIRE dat in de twee TV commercials “op verschillende manieren wordt verwezen naar de bizarre, vaak harde, zakelijke wereld van internetporno.”³⁶ Uit deze specifieke taaluiting kunnen we opmaken dat SIRE in haar articulatie van internetporno ons conceptuele kader van commerciële (internet)porno aan wil spreken. In beide commercials wordt de porno-industrie op verschillende specifieke wijzen gearticuleerd.

Zo is in de dertig seconden versie van de commercial die op televisie werd uitgezonden, een pornoset geënceneerd.³⁷ In deze setting worden meerdere pornoscènes snel achter elkaar opgenomen. De shots wisselen zich snel achter elkaar af. De commercial begint met de regisseur die het volgende zegt: “*Where is that blonde? You had to be on set. You have to take this seriously, if you wanna be a moviestar.*” Waarop de blonde actrice naakt aangerend komt.

³⁶ Persbericht SIRE, “Nieuwe SIRE-campagne,” <http://nieuws.sire.nl/sire-praat-met-je-kind-over-porno--voordat-internet-het-doet/>.

“SIRE Commercial Praat met je Kind over Porno,” SIRE, YouTube video, 0:30, posted by “SIREcampagnes,” May 5, 2014, https://www.youtube.com/watch?v=v2p_4MwKhI0.

“SIRE Seksuele Voorlichting ‘Pizza’ Viral,” SIRE, YouTube video, 2:03, posted by “SIREcampagnes,” April 28, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=SYphX9bAV4o>.

³⁷ “SIRE Commercial Praat met je Kind over Porno,” SIRE, YouTube video.

“SIRE Seksuele Voorlichting ‘Pizza’ Viral,” SIRE, YouTube video.

De stills zijn screenshots van beide TV commercials van de SIRE-campagne. Zie bijlage 3 en 4 voor de gehele shotlist.



De regisseur bekijkt vervolgens zijn filmmateriaal. Tegelijkertijd zien we rechts in beeld twee benen bewegen met een spot erop, wat moet duiden op iemand die buiten beeld ‘geneukt’ wordt. In beeld zien we twee mannen die niet geïnteresseerd zijn in wat er naast hen gebeurt; het feit dat daar een pornoscène wordt opgenomen is niet interessant.



De commercial vervolgt met een shot waarin twee pornoacteurs liggen te wachten totdat zij ‘aan de beurt’ zijn. Vervolgens zien we nog een aantal acteurs in hetzelfde huis. Dit shot wordt ondersteund met de tekst: *“It’s your turn. Time is money. Come on.”*



In het volgende shot zien we dat er in de tuin nog een scène wordt opgenomen.



In het laatste shot wordt de laatste scène doorgenomen: “*Scene five, you’re in the house crying, so you do her in the bathroom.*” Waarop de actrice zich vervolgens aan haar sekspartner voorstelt.





De commercial eindigt met een frame waarin SIRE de centrale boodschap van haar campagne uit: “Kinderen zien porno op internet. Praat met je kind over seks voordat zij het doet.”



Voor voorlichtingstips wordt verwezen naar de website van SIRE.



Uit de commercial blijkt dat SIRE het discursieve veld afbakt door porno te representeren als commerciële porno welke is geproduceerd door de porno-industrie. Specifieke articulaties van porno in de commercial verwijzen naar het dominante kader dat SIRE aan wil spreken: de porno-industrie als harde en zakelijke wereld. Zo is er in de pornoscènes geen aandacht en tijd voor intimiteit. De seks is ongeïnteresseerd en onpersoonlijk; de acteurs in het laatste shot moeten zich nog aan elkaar voorstellen, net voordat zij hun scène op gaan nemen. De scènes worden rap achter elkaar opgenomen, tijd is immers geld. In deze specifieke articulaties komt het dominante perspectief op porno tot uiting: porno draait niet om liefde, maar om het verdienen van geld. Representaties van mainstream pornografie worden hier ingezet om de betekenis van porno als ‘commercieel’ te vestigen. Seks in porno is een product van de industrie, niet van liefde.

Uit de tweede commercial blijkt dat SIRE de articulatie van ‘de porno-industrie’ als ‘bizarre, harde en zakelijke wereld’ inzet om betekenis te geven aan de boodschap dat kinderen porno kunnen verwarren met de realiteit. Middenin een seksscène richten deze acteurs zich tot de kijker:



Uit het persbericht blijkt dat SIRE de representatie van porno als hard, zakelijk en liefdeloos inzet om objectiviteit te construeren met betrekking tot de centrale boodschap van de campagne. Volgens SIRE moeten ouders in gesprek gaan met hun kinderen:

‘Onze campagne gaat uit van de realiteit dat kinderen vroeg of laat porno op internet tegenkomen’ zegt Annemarieke de Haan, bestuurslid van SIRE en projectleider voor deze campagne. ‘Veel ouders beseffen zich dit niet, daarom start SIRE deze bewustwordingscampagne. SIRE wil ervoor zorgen dat ouders hun kind kunnen voorbereiden op de beelden die zij op internet kunnen tegenkomen. Zodat kinderen porno niet met de realiteit verwarren.’³⁸

De motivering voor de campagne bevat een intern conflict. Volgens De Haan is de *realiteit* zo, dat kinderen vroeg of laat porno op internet tegenkomen. Porno mag echter niet worden verward met de *realiteit*. Porno bestaat dus wel degelijk, maar is tegelijkertijd niet ‘echt’. Porno is, met andere woorden, geen *echte* seks. Daarnaast valt in deze passage op dat ouders kinderen moeten *voorbereiden* op de beelden die zij tegen kunnen komen. Porno wordt gearticuleerd als bizar, hard en zakelijk, en als liefdeloze ‘nep seks’. Deze constructie van porno wordt ingezet als kader om de centrale boodschap betekenis te geven: ouders moeten kinderen voorbereiden op internetporno, want kinderen kunnen porno verwarren met de realiteit.

In haar representatie van porno construeert SIRE een discursief veld waarbinnen porno wordt gearticuleerd als commerciële porno. SIRE verwijst naar porno door het genormaliseerde, intuïtieve kader van mainstream porno als hard, zakelijk en liefdeloos te reproduceren. Middels dit kader geeft SIRE betekenis aan de boodschap dat kinderen bescherming behoeven tegen porno. De schadelijke effecten van porno die SIRE veronderstelt worden immers niet door de commerciële porno-industrie opgelost.

³⁸ Persbericht SIRE, “Nieuwe SIRE-campagne,” <http://nieuws.sire.nl/sire-praat-met-je-kind-over-porno--voordat-internet-het-doet/>.

4.2.2. Hoe wordt internetporno gerepresenteerd?

Ter beantwoording van deze deelvraag richt ik me op de wijze waarop porno in termen van haar verspreiding op internet wordt gearticuleerd. Hierbij richt ik me op karakteristieken van internet die worden in- en uitgesloten.

In de campagne wordt betekenis gegeven aan porno op internet door een aantal karakteristieken van internet te representeren. SIRE bakent het discursieve veld met betrekking tot porno op internet af door ‘porno op internet’ te representeren als alomtegenwoordig. Zo introduceert SIRE het thema ‘porno op internet’ door aan te geven dat kinderen binnen drie klikken op porno kunnen stuiten:

Onderzoek van SIRE laat [...] zien dat porno op internet voor kinderen zeer gemakkelijk te vinden is. ‘Kinderen die naar gratis spelletjes zoeken kunnen binnen drie klikken expliciete seksbeelden tegenkomen’, aldus Marion Koopman, bestuurslid van SIRE. ‘De reacties van kinderen variëren van ‘vies’, ‘spannend’ tot ‘grappig’ blijkt uit ons onderzoek. Des te belangrijker dat ouders al met kinderen over deze beelden hebben gesproken.’³⁹

In deze passage wordt verwezen naar een door SIRE gemaakte video waarmee duidelijk wordt gemaakt dat je op internet binnen een paar klikken kunt stuiten op porno.⁴⁰ De video begint met een onschuldig deuntje en de tekst: ‘Stel je kind wil de nieuwste bioscoopfilm zien.’ Vervolgens wordt er via Google de volgende zoekopdracht ingetypt: ‘hoe kan ik gratis films downloaden?’ Via een forum komt hij of zij uit op de site www.piratebay.org, een in Nederland illegale website, omdat er onder andere films illegaal kunnen worden gedownload. Vervolgens wordt er via piratebay gezocht naar ‘K3 Bengeltjes’. Vervolgens zien we rechts en links op de website pornografische beelden, en opent er een pop-up met een pornografische advertentie.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ SIRE, “Vanuit zoekresultaten in drie muisklikken,” YouTube video, 0:42, posted by “SIREcampagnes,” April 29, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=ObbsvGYaP8Q&feature=youtu.be>.

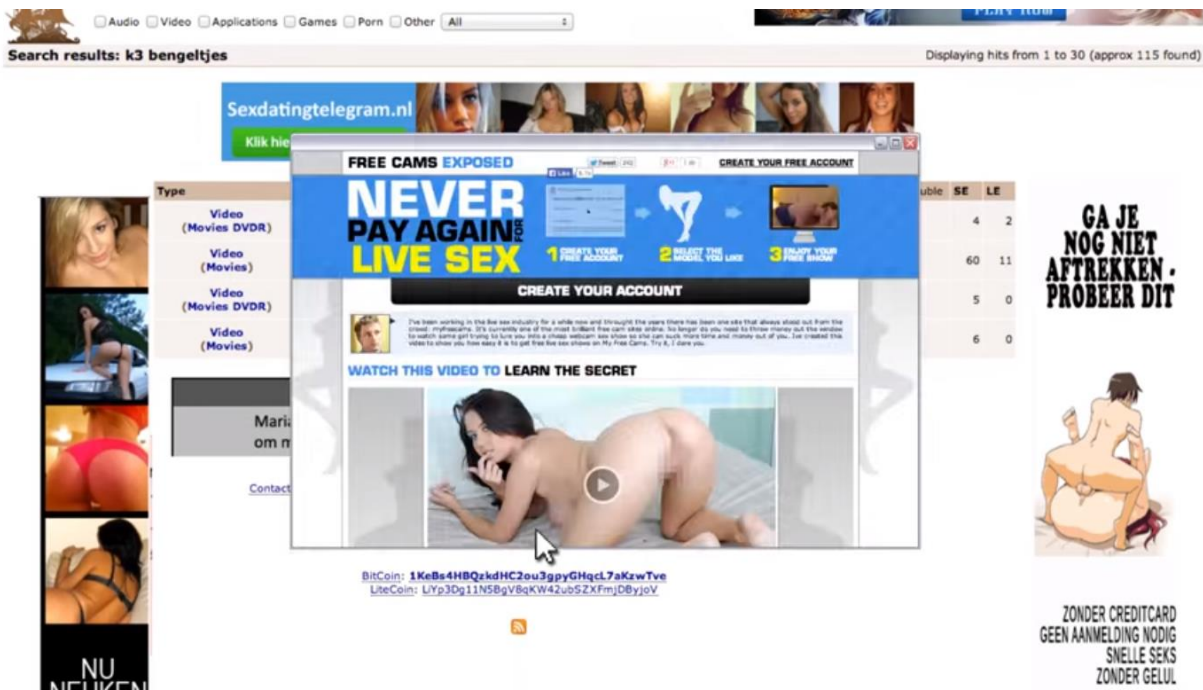


Fig. 2. “Vanuit zoekresultaten in drie muisklikken,” SIRE, YouTube.⁴¹

In de video stuiten we door een onschuldige zoekopdracht op vier (commerciële) porno advertenties, en meerdere ontblote lichamen. Deze advertenties moeten ons verleiden tot het doorklikken naar de websites die hierachter schuilen.

In haar representatie van porno op internet benadrukt SIRE de toegenomen bereikbaarheid van porno. Het tegenkomen van porno op internet wordt gearticuleerd als onvermijdelijk. Een Adblocker zoals bijvoorbeeld de plugin van Adblock Plus, kan het stuiten op deze advertenties echter doen voorkomen.

⁴¹ Ibid., 0:32.

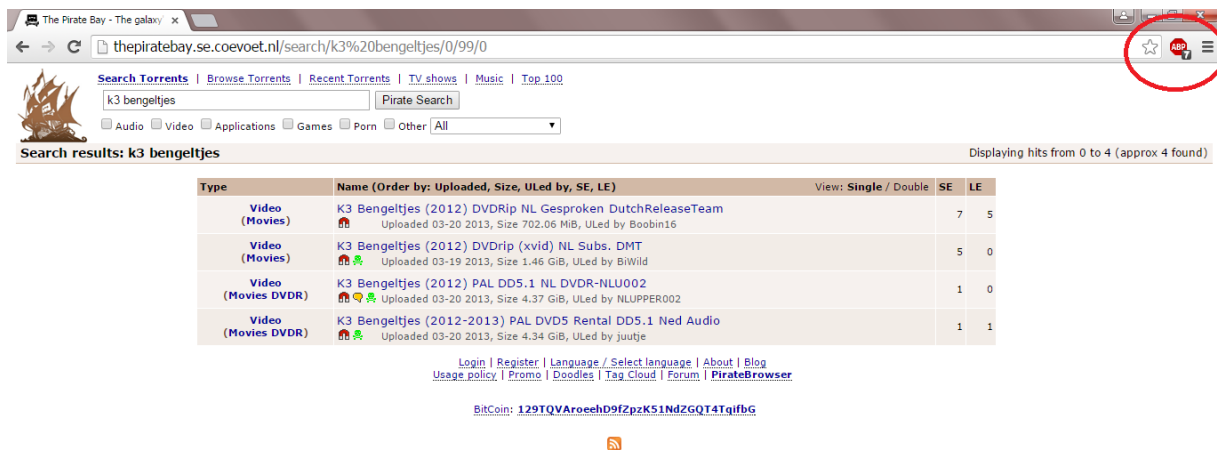


Fig. 3. *K3 Bengeltjes Piratebay AdBlocker*, www.thepiratebay.com.⁴²

Hiermee wil ik niet demonstreren dat het niet mogelijk is porno tegen te komen op internet. Wanneer men bewust zoekt naar pornosites of pornografische afbeeldingen, is het internet de uitgelezen plek om te zoeken, met een oneindig aanbod aan pornografische content.

Een belangrijk onderscheid zit in het bewust zoeken naar porno, of het per ongeluk stuiten op porno. Vanuit pedagogisch oogpunt is er een wezenlijk verschil tussen porno kijken, en porno zien. Hier stuiten we dan ook op een intern conflict: als het om kinderen gaat mag porno geen deel van de realiteit zijn, maar wanneer volwassenen op hun opvoedkundige taken worden aangesproken, is porno maar op drie klikken afstand. In de volgende paragraaf ga ik verder in op dit conflict en op de vraag hoe ouders en kinderen porno volgens SIRE moeten zien.

⁴² Esmee de Vries, *K3 Bengeltjes Piratebay AdBlocker*, from: <http://thepiratebay.se.coevoet.nl/search/k3%20bengeltjes/0/99/0>, accessed October 20, 2015.

4.2.3 Hoe worden ouders en kinderen gerepresenteerd?

SIRE bakent het discursieve veld van deze campagne enerzijds af door porno te construeren als commerciële mainstream porno, welke is geproduceerd door de porno-industrie, en anderzijds door internetporno in termen van bereikbaarheid te representeren. In deze paragraaf ga ik in op de wijze waarop SIRE de rol van ouders en kinderen binnen dit discursieve veld articuleert.

In haar constructie van porno en de effecten van porno op kinderen, streeft SIRE naar het begrenzen en sluiten van het discursieve veld. In de constructie van objectiviteit met betrekking tot porno en internetporno komt de ideologie achter de campagne tot uiting. Als het gaat om kinderen mag de harde, zakelijke en liefdeloze wereld van de porno-industrie geen deel van de realiteit zijn. Wanneer volwassenen echter op hun opvoedkundige taken worden aangesproken, is deze wereld maar op drie klikken afstand. Door porno te representeren als hard, zakelijk en liefdeloos wordt er ingespeeld op het intuïtieve concept van porno als gevaarlijk en immoreel. De toegenomen bereikbaarheid van porno op internet wordt ingezet om volwassenen te waarschuwen. Binnen het discursieve veld dat SIRE opwerpt dienen we porno te begrijpen als een categorie die op afstand van kinderen dient te worden gehouden. Er wordt dan ook een onderscheid gemaakt tussen de vermeende effecten van porno op ouders en kinderen. Porno wordt gearticuleerd als een categorie waartegen *kinderen* bescherming behoeven.

Volgens SIRE dienen ouders de verantwoordelijkheid te nemen hun kinderen te beschermen tegen de effecten van porno. Ouders kunnen kinderen volgens SIRE voorbereiden op het tegenkomen van porno op internet door er met zo over in gesprek te gaan. Dit blijkt uit de slogan van de campagne: ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet.’ Uit deze slogan blijkt dat ‘het internet’ een dialoog aan kan gaan met je kinderen. Het internet is hier een metafoor voor de commerciële pornoproducent, die je kind kennis laat maken met de harde, zakelijke en liefdeloze seks uit de porno-industrie. Uit de TV commercials blijkt dat we dat niet moeten willen, omdat kinderen dit kunnen verwarren met ‘echte’ seks. Middenin een seksscène richt een pornoactrice zich tot de kijker: ‘praat met je kind over porno, voordat wij het doen’. Met andere woorden: ouders kunnen maar beter zelf het gesprek aangaan met hun kinderen. Ook hier wordt het dominante kader van ‘porno als immoreel en gevaarlijk’ gereproduceerd.

In de radiocommercials bijbehorend bij de campagne wordt een vergelijkbare boodschap geuit. We horen een dialoog tussen een kind en zijn vader, waarbij het kind zijn

vader erop wijst dat hij tijdens het internetten porno tegen kan komen. Het kind geeft aan dat het handig is als zijn vader een gesprek met hem voert, “zodat [hij] porno niet gaat verwarren met liefde, ofzo.”⁴³ Wat interessant is aan beide commercials, is dat het kind zijn vader aanspreekt op het feit dat er gepraat moet worden. Het kind ziet de ernst van het zien van porno op internet in – nu zijn vader nog.

De representatie van de ouder en het kind wordt beheerst door een aantal interne conflicten. Ouders worden enerzijds gerepresenteerd als onbekend met het feit dat kinderen porno op internet zien. Zij moeten zich hiervan bewust worden, omdat kinderen dienen te worden beschermd voor de gevolgen van het zien van porno. Ouders ‘weten niet’ dat porno op internet alomtegenwoordig is. 79% van de jongeren heeft echter wel eens porno gezien op internet. In deze tegenstrijdigheid schuilt een boodschap: de komst van internet heeft ervoor gezorgd dat de grenzen tussen het domein van ouders en het domein van kinderen is vervaagd.

Jongeren worden gerepresenteerd als asexueel, als te jong voor de volwassen wereld van internetporno. Porno wordt gearticuleerd als gevaar – jonge, onschuldige kinderen worden roekeloos door de cultuur beschreven. Ouders kennen deze gevolgen en kunnen hun kinderen tegen deze schadelijke gevolgen beschermen, door met ze in gesprek te gaan. Ouders worden immuun geacht voor de beschrijvende werking van cultuur. Ouders kunnen hun kinderen middels een gesprek wapenen tegen de schadelijke gevolgen van porno.

Ook in de infographic ‘kinderen zien porno op internet’ (zie figuur 4) worden de dominante representaties van porno en internetporno die ik reeds heb gedeconstrueerd gereproduceerd. Zo vindt 43% van de ouders het redelijk tot heel erg dat hun kinderen porno op internet hebben gezien. 85% van de ouders vindt dat porno een verkeerd beeld van seksualiteit geeft. 88% vindt het belangrijk dat het kind weet dat porno op internet anders kan zijn dan de werkelijkheid, en 99% vindt het de taak van ouders om met het kind over porno op internet te praten.

⁴³ “Radiocommercial 20 sec. en Radiocommercial 30 sec,” SIRE, [Http://www.sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet](http://www.sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet).

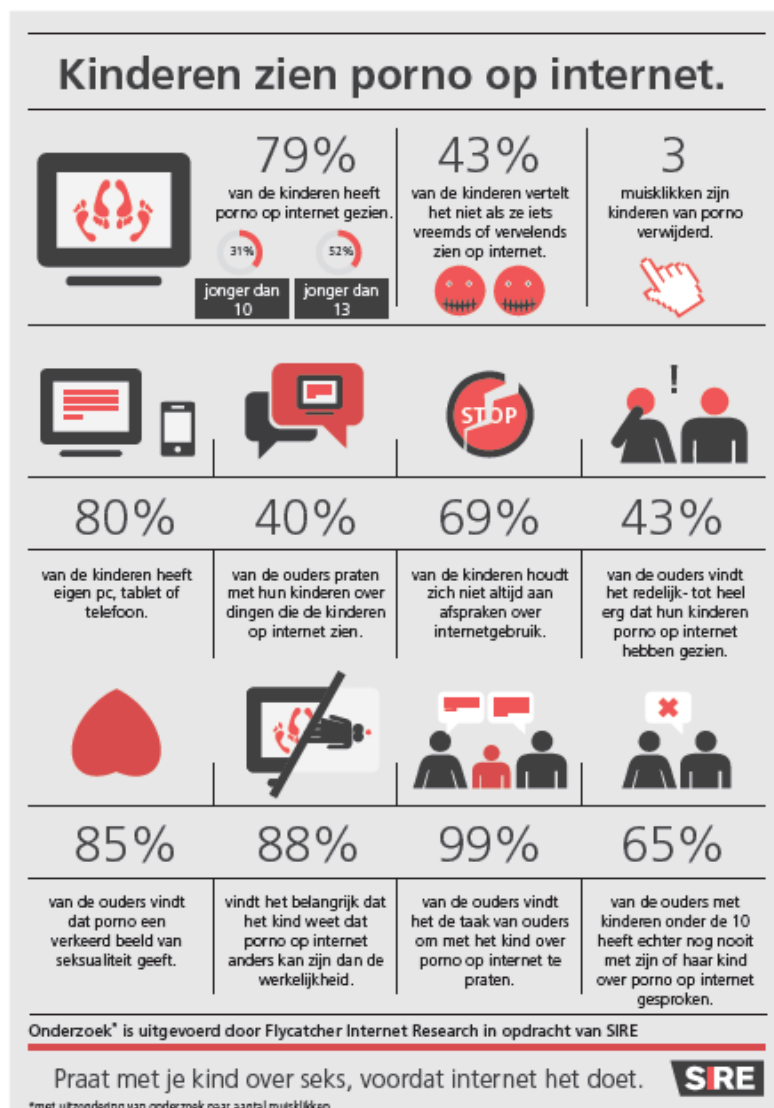


Fig. 4. Kinderen zien porno op internet, Flycatcher Internet Research.⁴⁴

Deze infographic is het toonbeeld voor de wijze waarop objectiviteit met betrekking tot de ideologie die schuilt achter de campagne wordt geconstrueerd. Ouders krijgen als groep betekenis door te stellen dat ouders vinden dat porno anders is dan de werkelijkheid. Ouders vinden het erg dat kinderen porno zien en ouders vinden dat zij zelf in gesprek moeten gaan met hun kinderen. Als je de commercials hoort of ziet, en de infographic bekijkt, krijg je een beeld van ‘wat ouders vinden’. Met andere woorden: ‘jij als ouder, hoort dit te vinden.’

Vanuit pedagogisch oogpunt is het interessant om de schadelijkheid van pornografie voor jongeren te bediscussiëren. Vanuit dit perspectief is het van belang om te overwegen of het stuiten op, of op zoek gaan naar pornografisch materiaal op internet deel kan zijn van de

⁴⁴ “Kinderen zien porno op internet,” SIRE, <http://sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet>.

seksuele ontwikkeling van jongeren. Het idee dat een kind uit nieuwsgierigheid bewust op zoek gaat naar pornografisch materiaal wordt in de gehele campagne uitgesloten. Door te verwijzen naar het dominante kader van porno als immoreel en gevaarlijk, wordt de noodzaak onschuldige kinderen hiertegen te beschermen gevestigd. Ouders die naar aanleiding van deze campagne met hun kinderen over porno spreken zullen geneigd zijn dit dominante kader van porno als immoreel, gevaarlijk en alomtegenwoordig te reproduceren – de oplossing komt voort uit de angst voor het probleem.

4.3 Alternatieve betekenissen

In deze paragraaf behandel ik alternatieve betekenissen van porno en internetporno, welke worden uitgesloten ten behoeve van het construeren van een uniform systeem van betekenis. Door de wijze waarop samenhang tussen deze knooppunten wordt geconstrueerd te duiden, beoog ik aannames en intuïtieve percepties die schuilgaan achter de constructie van deze concepten te duiden. Van belang hierbij is het uitgangspunt dat de betekenis van tekens contingent is: betekenis van tekens is nooit vaststaand en daarom niet noodzakelijk.

4.3.1. Porno

In haar campagne representeert SIRE porno als zijnde immoreel en gevaarlijk. Dat kinderen beschermd moeten worden tegen de schadelijke gevolgen van porno vormt het fundament van de campagne. In ‘How to Look at Pornography’ verschaft Laura Kipnis een interessant inzicht in de wijze waarop SIRE porno construeert. Volgens haar is ‘de brute, beestachtige consument van pornografie’ een projectie van de angsten van mannen uit hogere sociale klassen, op mannen uit lagere sociale klassen. Datgene wat we in porno zien wordt geassocieerd met deze brute, beestachtige, lagere sociale klasse – een beeld dat wordt geprojecteerd op de seks die we in porno zien.⁴⁵

Volgens Kipnis wordt porno gereproduceerd als ongecultiveerd, barbaars en anti-intellectueel. Porno is van lage culturele waarde. In de SIRE-campagne zien we dit in de nadruk op de hardheid van de porno-industrie. De uitspraak “*Scene five, you’re in the house crying, so you do her in the bathroom,*” duidt op het onpersoonlijke, vrouwonvriendelijke karakter waarmee we de porno-industrie moeten associëren. Details en beelden die een verhaal construeren worden vermeden. De snelle afwisseling van scènes duidt op de gerichtheid op directe actie. Door de representatie van karakteristieken die kenmerkend zijn voor commerciële mainstream porno, zoals bijvoorbeeld ‘het blondje’, de mannelijke held die

⁴⁵ Laura Kipnis, “How to look at pornography,” *Pornography: Film and Culture* (2006): 126.

dat blondje ‘*doggystyle*’ neemt en de vrouwelijke actrices die alleen bezig zijn met hun uiterlijk, wordt ons conceptuele kader van ‘porno als ongecultiveerd’ aangesproken. In haar campagne doet SIRE een poging de betekenis van porno als ‘commercieel en mainstream’ te vestigen en te construeren tot *moment*. Objectiviteit wordt hier geconstrueerd door het dominante en intuïtieve kader van porno als voor de massa geproduceerde, heteroseksuele pornografie, afkomstig van de porno-industrie te reproduceren.

De betekenis van porno is echter contingent. Porno als genre omslaat meer dan commerciële heteroseksuele, vrouwonvriendelijke porno die op de mannelijke kijker is gericht. De notie ‘mainstream online porno’ is dan ook onstabiel. In termen van Laclau en Mouffe staat deze notie als *floating signifier* in het bijzonder open voor de toeschrijving van verschillende betekenissen. Zo winnen bijvoorbeeld genres als gayporn, gangbang, milfs, teens, girl-on-girl, fanfiction en granny porn online enorm aan populariteit. In lijn met Laclau en Mouffe is hier een politieke strijd gaande met betrekking tot de betekenis van ‘mainstream’ en dat wat ‘porno’ is. De contingentie van pornografie komt tot uiting in haar diversiteit – pornografie is meerduidig. Een representatie van porno als traditionele, commerciële mainstream porno schetst dan ook een eenzijdig beeld van porno. Dit construct dat als objectief wordt gearticuleerd, wordt discursief ingezet om de boodschap ‘kinderen behoeven bescherming tegen de bizarre, harde en zakelijke wereld van de porno-industrie’ te ondersteunen.

4.3.2. Internetporno

De representatie van ‘lage’ commerciële mainstream porno in de SIRE-campagne sluit de meerduidigheid van porno onder invloed van het veranderende medialandschap uit. Zo is ten eerste niet alle porno commercieel van aard. In termen van productie kan ook worden gedacht aan amateurporno, webcamporno en overige pornografische user generated content. Daarnaast kent online pornografie een oneindigheid aan niches, pornostijlen en pornoformats. De diversiteit van porno is toegenomen door het bereiken van niches en het ontstaan van online communities in deze niches. De wijze waarop porno wordt geconsumeerd is veranderd door de bereikbaarheid van die niches; mensen kunnen zoeken naar content die hun specifieke fantasieën verbeelden. In het licht van het veranderende medialandschap is er dan ook een continue strijd gaande met betrekking tot dat wat we bestempelen als ‘porno’ en als ‘internetporno’.⁴⁶

⁴⁶ In *Labors of love: netporn, Web 2.0 and the meanings of amateurism* benadrukt Paasonen het belang van het onderscheid tussen ‘porn on the net’ en ‘netporn’. Porno op het web verwijst naar de remediatie van oude,

In de campagne wordt het veranderende medialandschap, dat de wijze waarop porno wordt geproduceerd, gedistribueerd en geconsumeerd totaal heeft veranderd, selectief gerepresenteerd. De eigenschappen die worden gerepresenteerd worden ingezet om de alomtegenwoordig van porno te benadrukken en zodoende om het bereik van de dreiging van internetporno te duiden. Porno wordt hierbij gerepresenteerd als een tekstuele particulariteit, en niet als een onder invloed van het veranderende medialandschap, dynamische categorie.

4.3.3. De ouder en het kind

De constructie van objectiviteit met betrekking tot de notie dat kinderen bescherming behoeven tegen het zien van porno op internet, wordt ingezet om de boodschap dat ouders met hun kinderen in gesprek moeten gaan over te kunnen brengen. Deze boodschap wordt bekrachtigd door het idee dat porno een *gevaar* vormt voor kinderen. Om deze reden moeten ouders dit thema uit de doofpot halen en bespreken. Het bespreken van porno wordt in termen van *beschermen* vormgegeven. Kinderen moeten worden *voorbereid* op de bizarre, harde en zakelijke wereld van de porno-industrie. Wat porno op internet allemaal is of kan zijn, komt (in de campagne) niet ter sprake.

SIRE geeft aan dat ze geen onderzoek naar de effecten van porno op kinderen hebben gedaan, omdat zij dit onethisch achten. Hieruit blijkt dat de ‘lage culturele waarde van porno’ en het idee dat porno schadelijk is, het fundament van deze campagne vormt. Onderzoek naar de effecten van pornografie heeft echter nog niet geleid tot overtuigende resultaten op basis van correlaties of experimenten. De lage culturele waarde die porno toegekend krijgt, zorgt volgens Kipnis voor tegenstrijdige conclusies in onderzoek naar de effecten van pornografie.⁴⁷ In lijn met Laclau en Mouffe zie ik hier een strijd tussen opvattingen met betrekking tot de schadelijke effecten van het zien van porno.

4.3.4. Samenhang en ideologie

Ten behoeve van de constructie van een uniform systeem van betekenis, wordt de sociale en culturele context van porno op internet in de SIRE-campagne grotendeels uitgesloten. Door genormaliseerde ideeën met betrekking tot porno en internetporno te representeren, wordt objectiviteit geconstrueerd. In de constructie van samenhang tussen de representaties van porno en internetporno, komt de ideologie van SIRE tot uiting.

pornografische afbeeldingen en texts van traditionele media (zoals gedrukte media, video en film), door het internet. Netporn beschrijft de manier waarop online technologieën pornografie als categorie herstructureren. Dit onderscheid duidt op het meerduidige karakter van internetporno. Internetporno kan worden bestempeld als een floating signifier. (Paasonen 2010).

⁴⁷ Kipnis, “How to Look at Pornography,” 126.

Door porno te representeren als immoreel en gevaarlijk worden ouders aangesproken op hun verantwoordelijk in de taak hun kinderen te beschermen tegen de schadelijke gevolgen van porno. De gevaren van porno zullen immers niet worden opgelost door de harde en zakelijke wereld van de porno-industrie. Ouders dienen hun kinderen voor te bereiden op en te wapenen tegen de schadelijke gevolgen van porno. Dit kunnen ze doen door het gesprek met hun kinderen aan te gaan. In het volgende hoofdstuk zal ik de uitkomst van mijn analyse in de context van het huidige overheidsbeleid met betrekking tot internetporno verklaren.

5. Overheidsperceptie: verklarende context

In haar campagne wijst SIRE de burger op haar eigen verantwoordelijkheid voor de bescherming van jongeren met betrekking tot internetporno. SIRE representeert porno niet als pedagogisch, maar als economisch concept – in termen van de markt. De gemaskeerde contingentie van porno leidt tot een uniforme boodschap: (internet)porno is gevaarlijk en alomtegenwoordig, de interne markt van de porno-industrie gaat de schadelijke gevolgen niet verhelpen, en dus moeten ouders hun kinderen beschermen en wapenen tegen de gevolgen van het zien van porno.

In het licht van het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno is dit een interessante uitkomst. De overheid stelt zich namelijk ten doel het institutionele kader voor de bescherming van jongeren tegen schadelijk beeldmateriaal te realiseren, middels het steunen van initiatieven die empowerment beogen. Het feit dat de overheid ouders, de media-industrie en de omroepinstellingen daarnaast ieder op hun eigen verantwoordelijkheid in de taak de bescherming te verwezenlijken wijst, duidt op een tweeledigheid in het beleid. De overheid grijpt niet in, maar steunt wel initiatieven die empowerment beogen.

Empowerment is als concept niet eenduidig. Empowerment kan bijvoorbeeld verwijzen naar het ontwikkelen van individuele capaciteiten om meer autonomie te verwezenlijken.⁴⁸ Met betrekking tot de vermeende gevaren van internetporno kan dit worden ingevuld in termen van jezelf wapenen of weerbaar maken door boodschappen te leren deconstrueren.

De wijze waarop de Nederlandse overheid zich positioneert met betrekking tot internetporno in termen van empowerment, is de uitkomst van een kruising tussen neoliberal en sociaaldemocratisch gedachtegoed. Een samenkomst van het geloof in de markt als optimale organisatievorm en idealen van gelijkheid, vrijheid en solidariteit wordt gerepresenteerd in empowerment als een omvattende ideologie. Empowerment representeert de tweeledigheid in het beleid. Enerzijds worden de maatschappelijke gevolgen van

⁴⁸ In “A working definition of empowerment” pogen Chamberlin en Schene empowerment te definiëren aan de hand van een aantal kernelementen: 1) having decision-making power 2) having access to information and resources 3) having a range of options from which to make choices (not just yes/no, either/or) 4) assertiveness 5) a feeling that the individual can make a difference (being hopeful) 6) learning to think critically; unlearning the conditioning; seeing things differently: e.g., a) learning to redefine who we are (speaking in our own voice) b) learning to redefine what we can do c) learning to redefine our relationships to institutionalized power 7) learning about and expressing anger 8) not feeling alone: feeling part of a group 9) understanding that people have rights 10) effecting change in one’s life and one’s community 11) learning skills (e.g., communication) that the individual defines as important 12) changing other’s perceptions of one’s competency and capacity to act 13) coming out of the closet 14) growth and change that is never ending and self-initiated 15) increasing one’s positive self-image and overcoming stigma (Chamberlin and Schene 2015).

internetporno niet opgepakt door de markt, en anderzijds vereist de bescherming van zwakkere groepen aandacht.

SIRE, als onafhankelijke stichting welke ideële reclame maakt, neemt middels de campagne ‘praat met je kind over porno, voordat internet het doet,’ een taak op zich die de overheid laat liggen. SIRE neemt middels haar campagne echter geen kritische positie in, maar opereert binnen het huidige Nederlandse beleid met betrekking tot internetporno. Het doel van de campagne is de burger te wijzen op zijn eigen verantwoordelijkheid. Ook hier zien we dat de werking van het neoliberale model wordt verondersteld. De burger wordt geacht zelfredzaam te zijn. Empowerment lijkt het sleutelwoord om bescherming tegen de gevaren van porno te bewerkstelligen.

6. Conclusie en discussie

Uit mijn analyse is gebleken dat SIRE met haar campagne binnen het discours van de overheid opereert. Evenals de overheid wijst SIRE de Nederlandse burger op haar eigen verantwoordelijkheid met betrekking tot de mogelijke schadelijke gevolgen van het zien van porno op jonge leeftijd. De positionering van zowel SIRE als de overheid veronderstelt individuele ontwikkeling en autonomie – kernwaarden van neoliberal gedachtegoed.

In de analyse van mijn casus kwam naar voren dat porno en internetporno eenduidig worden gearticuleerd, om de ideologie van de campagne tot een uniform systeem van betekenis te vormen. Hierbij werden intuïtieve, dominante kaders gereproduceerd ten behoeve van de constructie van objectiviteit. Door onberedeneerde aannames, interne conflicten en intuïtieve concepten bloot te leggen heb ik de contingentie van porno en internetporno aan willen tonen. Door alternatieve concepties van porno en internetporno te introduceren heb ik het discursieve veld beoogd open te breken, en heb ik de strijd met betrekking tot deze concepten willen heropenen.

In de context van mijn onderzoek is het belangrijk om te reflecteren op mijn gebruik van deze concepten. Geen onderzoeker kan ontkennen dat subjectposities van enige invloed zijn bij het doen van een analyse. Mijn benadering als mediawetenschapper zal dan ook afwijken van de benadering van bijvoorbeeld een socioloog, of een econoom. Mijn keuze voor een discoursanalyse in termen van Laclau en Mouffe acht ik achteraf gezien de juiste keuze voor mijn onderzoek. Belangrijk is op te merken dat Laclau en Mouffe in hun discoursstheorie geen stappenplan voor het uitvoeren van een discoursanalyse beschrijven.

Vanwege de omvang van dit onderzoek was ik genoodzaakt een analyse van genormaliseerd discours en overheidsdiscours buiten beschouwing te laten. Een eventueel vervolgonderzoek zou hierop voort kunnen borduren. Daarnaast acht ik het van belang dat de discursieve articulatie van porno in wetenschappelijk discours verder wordt onderzocht. Zodoende kan het debat met betrekking tot dit thema verder worden gevoerd en kan onderzoek naar de effecten van het zien van porno op jonge leeftijd voort worden gezet.

7. Literatuurlijst

Attwood, Feona. "Reading porn: The paradigm shift in pornography research." *Sexualities* 5.1 (2002): 91-105.

Attwood, Feona. "No money shot? Commerce, pornography and new sex taste cultures." *Sexualities* 10 (4) (2007): 441-56.

Ballin, Ernst Hirsch. *Strafrechtelijk verbod op extreem gewelddadig beeldmateriaal*. Den Haag: Directoraat-Generaal Preventie, Jeugd en Sancties, 2010.

Barthes, Roland. "The Rhetoric of the Image." In *Image – Music – Text*. London: Fontana, 1977.

Boersma, Asher. "Hijgen spreekt boekdelen." *Rekto Verso* 60 (2014). Accessed December 28, 2014. <http://www.rektoverso.be/artikel/hijgen-spreekt-boekdelen>.

Castells, Manuel. "Preface to the 2010 Edition of *The Rise of The Network Society*." In *The Rise of The Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing, 2010.

Chamberlin, Judi, and Schene, Aart H. "A working definition of empowerment." *Psychiatric Rehabilitation Journal* 20 4 (1997): 43. Accessed November 27, 2014.

Coase, Ronald H. "The Federal Communications Commission." *Journal of Law and Economics* (1959): 1-40.

Foucault, Michel. *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writing, 1972-1977*. Edited by Colin Gordon. New York: Vintage, 1980.

Foucault, Michel. *Politics, Philosophy, Culture: Interviews and Other Writings, 1977-1984*. Edited by Lawrence Kritzman. London: Routledge, 1988.

Froomkin, Michael A. "Wrong Turn in Cyberspace: Using ICANN to Route around the APA and the Constitution." *Duke Law Journal* 50 (2000): 17-186.

George, Susan. "A Short History of Neoliberalism." *Conference on Economic Sovereignty In a Globalising World*: vol. 24, 1999.

Gill, Rosalind. "Media, Empowerment and the 'Sexualization of Culture' Debates." *Sex Roles* 66 (2012): 736-745.

Hall, Stuart. "The Work of Representation." In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, edited by Stuart Hall, Vol. 2. London: Sage, 1997, 13-74.

Harvey, David. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

Jørgensen, Marianne W., and Louise J. Phillips. *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage, 2002.

Kamp, Henk. *Voortgangsrapportage uitwerking visie op telecommunicatie, media en internet*. Den Haag: Directoraat-generaal Energie, Telecom & Mededinging, 2014.

Kendrick, Walter. *The Secret Museum: Pornography in Modern culture*. Los Angeles: University of California Press, 1987.

Killock, Jim. "Sleepwalking into censorship." *Open Rights Group*, July 25, 2013, <https://www.openrightsgroup.org/blog/2013/sleepwalking-into-censorship>.

Kraan, Jeroen. "Online porno automatisch geblokkeerd in Groot-Brittannië." *Nu.nl*, July 22, 2013.

Kipnis, Laura. "How to look at pornography." *Pornography: Film and Culture* (2006): 118-32.

Laclau, Ernesto, and Mouffe, Chantal. *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso, 2001.

Malamuth, Neil M., Addison, Tamara, and Koss, Mary. "Pornography and sexual aggression: Are there reliable effects and can we understand them?" *Annual review of sex research* 11.1 (2000), 57-59.

Mcfall, L., Saren, M., Maclaran, P., Goulding, C., Elliott, R., Shankar, A., and Catterall, M. "'Which half?' Accounting for Ideology in Advertising." *Critical Marketing: Defining the Field*. Oxford: Elsevier, 125-138.

Ministerie van Economische Zaken. *It's the network, stupid!*. Den Haag: EZ, 2007.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. "Notitie Mediawijsheid: burgerschap in de informatiemaatschappij." *Mediawijsheid: burgerschap in de informatiemaatschappij, bijlage A*. Den Haag, 2006.

Mulholland, Monique. *Young People and Pornography: Negotiating Pornification*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013.

Opstelten, Ivo. *Rechtshandhaving en internet*. Den Haag: Directoraat-Generaal Rechtspleging en Rechtshandhaving, 2008.

Opstelten, Ivo. *Strafrechterlijk verbod op extreem gewelddadig beeldmateriaal*. Den Haag: Directoraat-Generaal Preventie, Jeugd en Sancties, 2010.

Opstelten, Ivo. *Antwoorden Kamervragen over het bericht online porno automatisch geblokkeerd*. Den Haag: Directoraat-Generaal Rechtspleging en Rechtshandhaving, 2013.

Opstelten, Ivo. *Antwoorden Kamervragen over het strafbaar stellen van wraakporno*. Den Haag: Directoraat-Generaal Rechtspleging en Rechtshandhaving, 2014.

Opstelten, Ivo. *Voortgangsbrief realisatie werkprogramma Nationale Cyber Security Strategie 2*. Den Haag: Directie Cyber Security, 2014.

Paasonen, Susanna. "Labors of love: Netporn, Web 2.0, and the meanings of amateurism." *New Media & Society* (2010): 1-16.

- Paasonen, Susanna. *Carnal Resonance: Affect and Online Pornography*. Cambridge: MIT Press, 2011.
- Plasterk, Ronald. *Vragen van het lid Van der Vlies (SGP) over uitzending van de pornofilm "Deep Troath"*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2008.
- Plummer, Ken. "Intimate Citizenship: the Politics of Sexual Story Telling." In *Telling Sexual Stories*, 167-180. London: Routledge, 1995.
- Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid: de ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag, 2005. Raad voor Cultuur, *Mediawijsheid in Perspectief*. Den Haag: Raad voor Cultuur, 2008.
- Schellevis, Joost. "Geen Kamermeerderheid voor pornoblokkade in Nederland." *Tweakers.net*, July 26, 2013, <http://tweakers.net/nieuws/90440/geen-kamermeerderheid-voor-pornoblokkade-in-nederland.html>.
- SIRE. "SIRE Commercial Praat met je Kind over Porno." YouTube video, 0:30. Posted by "SIREcampagnes." May 5, 2014, https://www.youtube.com/watch?v=v2p_4MwKhI0.
- SIRE. "Over SIRE." Accessed September 23, 2015. <http://www.sire.nl/over-sire>.
- SIRE. "Veel gestelde vragen." Accessed September 28, 2015. <http://www.sire.nl/veel-gestelde-vragen>.
- SIRE. Infographic. "Kinderen zien porno op internet." Accessed September 28, 2015, <http://sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet>.
- SIRE. Persbericht. "Nieuwe SIRE-campagne: 'Praat met je kind over porno, voordat internet het doet.'" *Nieuws.sire.nl*. April 28, 2014. Accessed September 24, 2015. <Http://nieuws.sire.nl/sire-praat-met-je-kind-over-porno--voordat-internet-het-doet/>.
- SIRE. "Radiocommercial 20 sec. en Radiocommercial 30 sec." <Http://www.sire.nl/campagnes/praat-met-je-kind-over-porno-voordat-internet-het-doet>.
- SIRE. "SIRE Seksuele Voorlichting 'Pizza' Viral." YouTube video, 2:02. Posted by "SIREcampagnes." April 28, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=SYphX9bAV4o>.
- SIRE. "Vanuit zoekresultaten in drie muisklikken." YouTube video, 0:42. Posted by "SIREcampagnes." April 29, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=ObbsvGYaP8Q&feature=youtu.be>.
- Stol, Wouter Ph., Kaspersen, Hendrik W.K, Kerstens, John, Leukfeldt, Rutger E., Lodder, Arno R. "Filteren van kinderporno op internet: Een verkenning van technieken en reguleringen in binnen- en buitenland." In *Veiligheidsstudies*. Den Haag: Boom Juridische Uitgevers, 2008.
- Tarrant, Shira. September 14, 2010, *Pornography 101: Why College Kids Need Porn Literacy Training*. http://www.alternet.org/story/148129/pornography_101%3A_why_college_kids_need_porn_literacy_training.

Teeven, Fred. *Beantwoording Kamervragen Voordewind (ChristenUnie) en Van der Staaij (SGP) over het bericht 'IJsland wil porno blokkeren'*. Den Haag: Directoraat-Generaal Jeugd en Sanctietoepassing, 2013.

Turner, Fred. *From Counterculture to Cyberculture*. Chicago: The University of Chicago Press, 2006.

Van der Hoeven, Maria. *Mediawijsheid: burgerschap in de informatiemaatschappij*. Den Haag, 2006.

Van der Meer, Joost. "De vijf bedroevendste conclusies van de ict-commissie." *Volkskrant.nl*, October 15, 2014, <http://www.volkskrant.nl/politiek/de-vijf-bedroevendste-conclusies-van-de-ict-commissie~a3769468/>.

Visser, R. "EU stevent af op pornoverbod." *Spitsnieuws.nl*, March 7, 2013, <http://www.spitsnieuws.nl/buitenland/2013/03/eu-stevent-af-op-pornoverbod>.

Vries, Esmee de. *SafeSearch 'natte poes'* from:

https://www.google.nl/search?q=natte+poes&safe=active&biw=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI3Oz2gLvMyAIVxm8UCh24Rgkd, accessed October 16, 2015.

Vries, Esmee de. *K3 Bengeltjes Piratebay AdBlocker* from:

<http://thepiratebay.se.coevoet.nl/search/k3%20bengeltjes/0/99/0>, accessed October 20, 2015.

Weitzer, Ronald. "Review Essay: Pornography's Effects: The Need for Soil Evidence: A Review Essay of Everyday Pornography, edited by Karen Boyle (New York: Routledge, 2010) and Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality, by Gail Dines (Boston: Beacon, 2010)." *Violence Against Women* 2011 17: 666. Originally published April 21, 2011. DOI: 10.1177/1077801211407478.

Wernick, Andrew. "The Promotional Condition of Contemporary Culture." *The Consumer Society Reader* (2000): 300-318.

8. Bijlagen

1. Persbericht SIRE-campagne

PERSBERICHT

79% van de kinderen ziet porno op internet, SIRE roept ouders op daarover te praten

SIRE: “praat met je kind over porno, voordat internet het doet”

Amsterdam, 28 april 2014 – Veel kinderen zien al op jonge leeftijd porno op internet zonder dat hun ouders zich dit beseffen. Daarom lanceert SIRE een bewustwordingscampagne, gericht op ouders van jonge kinderen. Met de oproep “Praat met je kind over porno, voordat internet het doet”, wil SIRE ervoor zorgen dat ouders hun kinderen beter voorbereiden op de beelden die zij, vaak onbedoeld, op internet kunnen tegenkomen.

In de twee TV commercials van SIRE wordt op verschillende manieren verwezen naar de bizarre, vaak harde, zakelijke wereld van internetporno. De kijker zit zonder omhaal opeens naar een filmpje te kijken waarin porno een rol speelt. Net zoals dit bij kinderen gebeurt, die argeloos op internet spelletjes spelen. In een speciaal gemaakt nep-pornofilmpje, die op echte pornosites is gezet, richten de acteurs zich middenin een scène onverwacht tot de nietsvermoedende kijker: “Je kind zou dit ook kunnen zien. En het verwarren met realiteit. Praat daarom met je kind over seks, voordat wij het doen”.

Van alle kinderen onder de tien jaar, heeft één op de drie wel eens porno op internet gezien, veelal onbedoeld. Dit blijkt uit onderzoek uitgevoerd door Flycatcher voor SIRE. 66% van de ouders met kinderen onder de tien heeft nog nooit met hun kind over porno gesproken. Wanneer ouders gevraagd wordt waarom zij hier nog niet over gesproken hebben, geven zij als belangrijkste reden aan dat zij vinden dat hun kind daarvoor te jong is.

“Onze campagne gaat uit van de realiteit dat kinderen vroeg of laat porno op internet tegenkomen” zegt Annemarieke de Haan, bestuurslid van SIRE en projectleider voor deze campagne. “Veel ouders beseffen zich dit niet, daarom start SIRE deze bewustwordingscampagne. SIRE wil ervoor zorgen dat ouders hun kind kunnen voorbereiden op de beelden die zij op internet kunnen tegenkomen. Zodat kinderen porno niet met de realiteit verwarren.”

Onderzoek van SIRE laat bovendien zien dat porno op internet voor kinderen zeer gemakkelijk te vinden is. “Kinderen die naar gratis spelletjes zoeken kunnen binnen drie klikken expliciete seksbeelden tegenkomen”, aldus Marion Koopman, bestuurslid van SIRE. “De reacties van kinderen varieer van ‘vies’, ‘spannend’ tot ‘grappig’ blijkt uit ons onderzoek. Des te belangrijker dat ouders al met kinderen over deze beelden hebben gesproken.”

Het is belangrijk dat ouders uit zichzelf het gesprek met hun kind aangaan. Ruim driekwart van de ouders denkt namelijk dat hun kind het wel zal vertellen wanneer het iets vreemds tegenkomt op internet, 43% van de kinderen geeft echter aan dat niet te doen. De

bereidwilligheid om er met hun ouders over te praten wordt bovendien lager naarmate kinderen ouder worden.

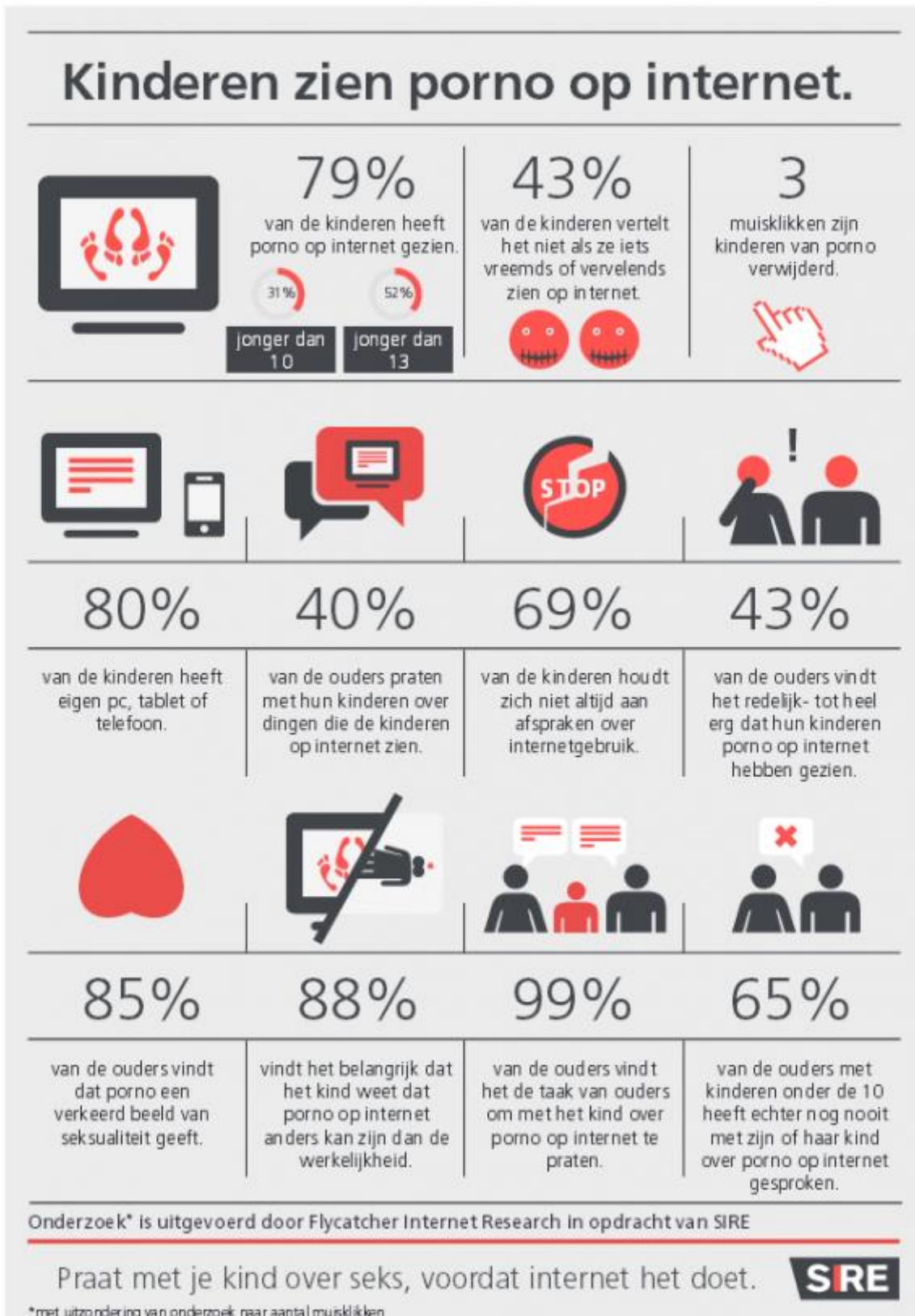
Ouders die willen weten hoe ze het gesprek met hun kind aan moeten gaan kunnen via www.sire.nl informatie vinden. SIRE is voor de campagne inhoudelijk geadviseerd door Rutgers WPF, een gerenommeerd kennisinstituut op het gebied van seksuele voorlichting.

Meer informatie:

Arne Mosselman (campagne) | 06 55 15 45 75 |

arne.mosselman@tbwa.nl

2. SIRE Infographic 'Kinderen zien porno op internet'



3. Shotlist SIRE champagne TV commercial 1, 0:00 - 0:30









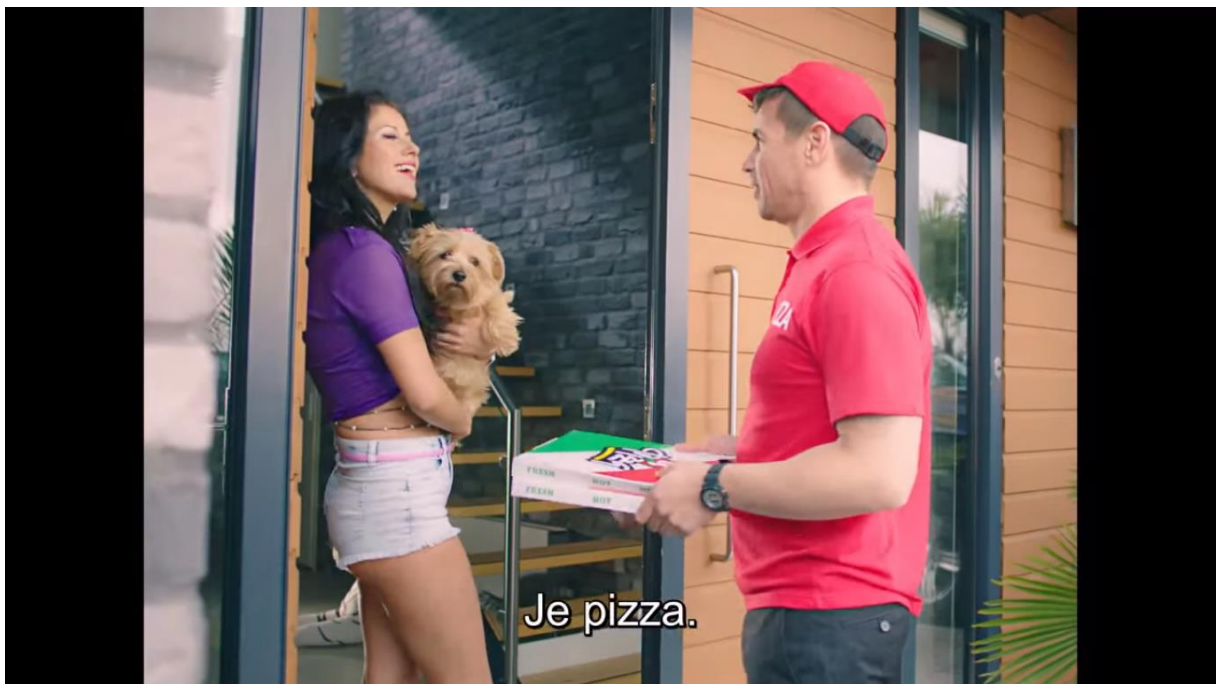


Kinderen zien porno op internet.



Praat met je kind over seks
voordat zij het doen.

4. Shotlist SIRE-campagne TV commercial 1, 0:00 – 2:03













Praat daarom met je kind over seks,
voordat ze het van ons leren.



Toe maar. We wachten wel.



Praat met je kind over seks
voordat zij het doen



Kijk voor voorlichtingstips op [SIRE.nl](https://www.sire.nl)

5. Transcript SIRE-campagne radiocommercial 0:20 seconden

Kind: Hé pap, ik kwam net porno tegen op internet. Zo zeg! Nou ik heb het echt net op tijd weggeklikt.

Vader: Ja, dat is niet heel waarschijnlijk. Maar het is wel waarschijnlijk dat kinderen porno zien. En dat ze het kunnen verwarren met realiteit. Praat daarom met je kind over seks, voordat internet het doet. Kijk voor voorlichtingstips op SIRE.nl.

6. Transcript SIRE-campagne radiocommercial 0:30 seconden

Kind: Pap, ik ga boven op internet, en dan heb je kans dat ik porno te zien krijg. Wel zo handig als je voor die tijd even een gesprekje met me hebt. Dat ik porno niet ga verwarren met liefde ofzo. Dus, klop straks effe aan, kom niet te geforceerd binnen, hou het luchtig, dan zie ik je zo.

Vader: Ze zeggen het waarschijnlijk niet allemaal, maar kinderen zien porno op internet. Praat daarom met je kind over seks, voordat internet het doet. Kijk voor voorlichtingstips op SIRE.nl.