Vagina achter designtas

Dylan van Rijsbergen

Een paar weken geleden was hij overal in Amsterdam te zien: een reclameposter met een bijna naakt, prachtig vrouwenlichaam, slechts gehuld in een beha. Geen ogen te zien. De vagina ging schuil achter een kleine designhandtas. Op de poster was de volgende tekst aangebracht: ’Les 84: hem in verleiding brengen’.

Het was niet zozeer de gephotoshopte perfectie van het vrouwelijk lichaam die mij prikkelde, ook niet het ontbreken van de ogen van de vrouw, die het lichaam tot anoniem voorwerp van pure seksualiteit maakten. Ik was ook niet geïrriteerd omdat de foto mij de voyeuristische blik van de heteroseksuele, mannelijke machotoeschouwer opdrong, die vrouwen tot seksobject reduceert.

Shockerend voor mij was het feit dat de kleine tas en de vagina geheel inwisselbaar waren. De poster suggereerde dat seksuele verleiding en de verleiding om producten te kopen hetzelfde waren. Het ging over het transformeren van menselijk seksueel verlangen in een product, koopwaar. Uitwisselbaar, gestandaardiseerd en klaar om aan de hoogste bieder te worden verkocht.

De discussie over de pornoficatie van de samenleving is aangezwengeld door zowel feministen als conservatieven. Feministen als de Amerikaanse schrijfster Ariel Levy en de Nederlandse publiciste Stine Jensen kritiseren de manier waarop vrouwen geportretteerd worden, namelijk op inferieure en vernederende wijze, als willige slaven van mannelijk verlangen. Conservatieven uit islamitische of christelijke hoek zijn ook ongelukkig met de seksualisering van de openbare ruimte. In hun beleving is seksualiteit niet voor de openbaarheid bedoeld, maar iets dat binnen de privacy van het huwelijk moet blijven. Al die naakte lichamen op posters, op televisie en internet brengen mannen en vrouwen alleen maar in verleiding. Deze beelden kunnen zondig gedrag stimuleren.

Conservatieven wijzen meestal beschuldigend naar de jaren zestig en zeventig, de tijd waarin de seksuele moraal ten onder ging. In zekere zin hebben ze gelijk. Pornografie is zo oud als de mensheid, maar sinds de seksuele revolutie heeft zij

zich enorm verbreid, en vandaag de dag kunnen we rustig stellen dat pornografie alomtegenwoordig is. Toch zijn in mijn beleving seksualiteit, verlangen en zelfs pornografie op zichzelf niet verkeerd. Ze vormen een essentieel onderdeel van de manier waarop individuen hun leven leven, genieten, vieren en betekenis geven. Vóór de jaren zestig kon alleen een kleine groep bohémiens seksualiteit buiten de begrenzingen van huwelijk en andere restrictieve gemeenschappen praktiseren. Pornografie was iets voor de happy few, het was 'haute couture'. Het mooie van de seksuele revolutie was dat, vanwege de groeiende welvaart in de westerse wereld, de uitvinding van de anticonceptiepil en een nieuwe liberale bewustwording, veel mensen toegang kregen tot mogelijkheden om een persoonlijke levensvervulling te bereiken waarbij erotiek een rol speelt. De revolutie was de triomf van het zojuist geëmancipeerde, seksueel actieve individu.

In die tijd wisten verscheidene literaire auteurs de Nederlanders te shockeren. Schrijvers als Jan Wolkers en Jan Cremer beschreven hun seksuele ervaringen op een heel persoonlijke manier. Jan Wolkers schrijft op een unieke en zeer eigen wijze over vrouwen en seks. Als je hem leest zou je opgewonden kunnen raken door de seksuele ontmoetingen waarover hij schrijft. Het kan ook zijn dat je niet houdt van de typische, zeer persoonlijke zaken die de schrijver opwinden. Maar wat altijd blijft is het gevoel dat er authenticiteit schuilt in zijn erotiek, die extreem individueel is. En in zekere zin vindt de lezer een echo van zichzelf terug in deze individualiteit. Niets is persoonlijker dan de manier waarop jij seks ervaart. Door te lezen over andermans bijzonderheden worden je eigen seksuele fantasieën en obscure verlangens stilzwijgend bevestigd. Door zich te manifesteren als seksueel individu stimuleert Wolkers anderen om ook seksuele individuen te worden. Als hij naar een vrouwenlichaam staart, doet hij dat met de blik van de heteroseksuele machoman, maar het is in ieder geval de blik van de authentieke, individuele macho die luistert naar de naam Jan Wolkers.

Na de jaren zeventig ging er iets mis. Seksualiteit werd handelswaar, en dook uiteindelijk overal op, maar ontdaan van ieder spoor van individualiteit. De porno-industrie schreef ons voor hoe we seks moesten hebben. Net als mode wordt seksualiteit makkelijker verkocht als hij gestandaardiseerd is. Deze kant-en-klare seksualiteit vond zijn weg naar de populaire media, naar videoclips en naar reclame-uitingen. Het werd alles doordringend. Zet je televisie op een muziekkanaal en je ziet willige babes om rappers heen dansen, die er op hun beurt uitzien als pooiers. Surf op het internet en voor je het weet duikt er een of andere seksueel getinte advertentie op. Overal zie je reclame waar de seks van afdruipt, voor producten die variëren van lingerie voor vrouwen tot deodorants voor mannen.

Waarom gebeurt dit? We kunnen het hebben over de opkomst van het neoliberalisme of over technische ontwikkelingen als de videoband en later het internet. Maar het belangrijkste is deze gouden regel: alle revoluties lopen op enig moment spaak. Iedere revolutie draagt de tendensen die zullen leiden tot de eigen ondergang al in zich. En meestal is er één persoon die deze ondergang symboliseert.

Denk aan de Franse Revolutie, die allerlei nieuwe democratische ideeën voortbracht, maar die gecorrumpeerd raakte door de opkomst van de dictator Napoleon. Napoleon droeg de verworvenheden van de Verlichting uit naar de rest van Europa, maar heerste tegelijkertijd als een ouderwetse monarch door zijn familie in verschillende landen op de troon te zetten. De Russische Revolutie liep op dezelfde wijze spaak door het geweld dat Lenin aanwendde en door de krankzinnige machtshonger van Stalin.

De Napoleon of Stalin van de seksuele revolutie heette Hugh Hefner. Deze magnaat van het Playboy-concern leek iemand die de tegenbeweging ondersteunde. Zo sponsorde hij begin jaren zeventig bijvoorbeeld de rechtszaken die uiteindelijk leidden tot legalisering van abortus in de Verenigde Staten.

Maar met hem raakte de seksuele beweging ook ontspoord. In het tijdschrift Playboy werd seksualiteit op een gigantische schaal gestandaardiseerd. Het blad reduceerde vrouwen tot hun essentiële onderdelen. En net als de beroemde Playboy Bunny transformeerde Hefner hen in volstrekt voorspelbare beelden van seks. Zijn onderneming maakte hem ongelooflijk rijk, en seksualiteit ongelooflijk saai.

Je zou kunnen zeggen dat we op dit moment in een periode van hefnerisme leven. De seksuele revolutie met al haar liberale verworvenheden bestaat alleen nog in naam. De creativiteit en speelsheid die in haar kern schuilt is vernietigd door industriële ondernemingen als Playboy en elk willekeurig ander marketingbedrijf dat seks en porno gebruikt op een saaie en kant-en-klare manier. Maar dat betekent niet dat we terug zouden moeten keren naar de periode van vóór de seksuele revolutie. Dat is ook de reden dat ik denk dat zowel feministen als conservatieven ongelijk hebben met hun strijd tegen de pornoficatie van de samenleving. De democratisering van seks is een geweldige verworvenheid die niet teruggedraaid of beperkt zou moeten worden tot haute couture.

Wat we zouden moeten doen is de seksuele revolutie juist radicaliseren, teruggaan

naar de wortels van dit fascinerende veranderingsmoment. De taak die we op ons moeten nemen is om de beelden van seksualiteit die we elke dag zien te individualiseren en te variëren. Het is tijd om een nieuwe beweging te beginnen door nieuwe beelden van seksualiteit en pornografie uit te vinden. Het is tijd voor een nieuwe Jan Wolkers, mannelijk of vrouwelijk, iemand die krachtige verhalen kan schrijven die getuigen van een authentieke seksualiteit. Het is tijd dat individuen uit kunst, media en literatuur hun bijdrage leveren aan de verrijking van de versleten beeldtaal die de commerciële porno teistert. Het is tijd voor een slow sex-beweging, die seksualiteit voorbij dat ene moment van het orgasme brengt. Het is tijd om seksualiteit terug te brengen tot dat wat ze altijd geweest is: ongrijpbaar, opwindend, intens, speels, authentiek, dynamisch en subliem.

Dan zal, uiteindelijk, de enorme vulgariteit van een achter een designtasje verscholen vagina op een volstrekt geanonimiseerd lichaam, volkomen helder zijn. We moeten het hefnerisme niet bestrijden door beelden te verbieden. We moeten het verdrinken in een overvloed aan betere alternatieven.