

# Beleidsplan 2023-2025

24 augustus 2022

---

## Inhoud

<b>1. Inleiding</b>	<b>2</b>
<b>2. Online shaming</b>	<b>2</b>
Wat is 'online shaming'?	2
Terminologie	2
Impact en gevolgen	3
Juridische (en praktische) problematiek	3
<b>3. De stichting Stop Online Shaming</b>	<b>4</b>
Visie	4
Doelgroep	5
Verwerving van inkomsten	5
ANBI-status	5
Bestuur	5
Commissies	6
Partners	6
Online	6
<b>4. Beleidsdoelstellingen voor 2023-2025</b>	<b>6</b>
<b>5. Langetermijnbeleid</b>	<b>7</b>
<b>BIJLAGE: Communicatieplan 2023-2025</b>	<b>9</b>
Doelstellingen	9
Activiteiten	10

## 1. Inleiding

Dit is het tweede beleidsplan van de Stichting Stop Online Shaming. Met onze plannen voor de jaren 2023 t/m 2025. Plus onze beleidsdoelen voor de langere termijn.

Dit beleidsplan heeft twee doelen. Ten eerste (voor intern gebruik): om onze eigen activiteiten richting te geven. En ten tweede (voor extern gebruik): om aan de buitenwereld duidelijk te maken wie we zijn en wat we van plan zijn.

## 2. Online shaming

Hieronder wordt beschreven:

- wat wij verstaan onder 'online shaming';
- welke termen daarbij een rol spelen;
- de enorme impact die online shaming kan hebben;
- de juridische (en praktische) problematiek.

### Wat is 'online shaming'?

Online shaming is de digitale variant van de Middeleeuwse schandpaal. Die schandpaal staat nu online: op websites en social media. Met kwetsende content die zonder toestemming gepubliceerd is, en eindeloos gekopieerd kan worden, en de slachtoffers nog jarenlang kan achtervolgen.

Vaak gaat het om seksuele beelden, zoals bij wraakporno, *shamesexting*, *sextortion*, of *deepnudes*, maar dat hoeft niet. Je kunt bijvoorbeeld ook belachelijk worden gemaakt op een *meme-account*, of met een deepfake-video. Of gekwetst worden op een *hate-account*, of door beelden van een dodelijk ongeluk van een dierbare.

Online shaming kan iedereen overkomen; bekend of onbekend. Minderjarigen, bij wie online shaming veel voorkomt, zijn extra kwetsbaar.

### Terminologie

- **deepfake** – gemanipuleerde video's waarin dingen gebeuren (of gezegd worden) die nooit hebben plaatsgevonden of nooit gezegd werden. Denk: fotoshoppen met audio en video. Klassiek voorbeeld: [You Won't Believe What Obama Says In This Video](#). Recent voorbeeld in NL: de [Klimaattoespraak van Mark Rutte](#) (gemaakt door De Correspondent);
- **deepnude** – het virtueel ontkleden van personen. Zie ook: [DeepNude-app die naaktfoto's genereert na kritiek offline](#) (Bright.nl – 28 juni 2019);
- **exposing** – het beschadigen van personen door het publiceren van hun eigenschappen of gedragingen. Vooral bij Marokkaanse jongeren die zich niet religieus genoeg zouden gedragen. Met kwalificaties als 'zij is een hoer', 'hij is een homo', of 'zij is trans'.
- **expose-account** – een pagina waarop mensen geëxposed worden (zie 'exposing' hierboven).

- **doxing** – het openbaar maken van privégegevens, waaronder woonadressen, van personen die al of niet in het nieuws zijn, op basis van online-documenten ('docs') of openbare registers, zoals de KvK of het Kadaster.
- **hate-account** – een pagina waarop mensen zwartgemaakt worden;
- **meme-account** – een pagina met grappig bedoelde foto's en grappig bedoelde bijschriften die echter ook kwetsend kunnen zijn. Meme-accounts zijn onder andere populair bij scholieren, om klasgenoten of docenten belachelijk te maken;
- **sexting** – het uitwisselen van seksueel getinte beelden voor privédoeleinden. Tegenwoordig een normaal onderdeel van de seksuele ontwikkeling van jongeren. Wettelijk gezien is sexting bij minderjarigen strafbaar (omdat het onder 'kinderporno' valt) maar het OM hanteert de richtlijn dat niet-problematische sexting niet vervolgd wordt;
- **sextortion** – afpersing (Eng.: *extortion*) door te dreigen met het openbaar maken van seksueel getinte beelden;
- **shamesexting** – de problematische variant van 'gewone' (niet-problematische) sexting. Oftewel: het ongeoorloofd doorzenden van seksueel getinte beelden die in vertrouwen gedeeld waren;
- **wraakporno** – pornografische beelden van een ex-geliefde, oorspronkelijk bedoeld voor privédoeleinden (zie ook: 'sexting'), die later gepubliceerd worden als wraakneming op degene die de relatie heeft verbroken.

### Impact en gevolgen

Online shaming kan grote gevolgen hebben, zoals: reputatieschade, privéproblemen, pesterijen, uitstoting uit de familie, eerwraak (of angst daarvoor), sociale isolatie, verlies van werk, angsten, depressies en zelfdoding.

Een bijkomend probleem is dat slachtoffers vaak zelf de schuld krijgen van wat hen is overkomen. Oftewel: *victim blaming*, waardoor het slachtoffer nog een trap na krijgt ('eigen schuld, dikke bult', of 'had je maar niet zo stom moeten doen', etc.). Terwijl het compromitterende materiaal doorgaans is verkregen door geheime opnames of misbruik van vertrouwen.

Dit secundaire slachtofferschap vergroot het risico op trauma's, isolatie en geen hulp of steun durven zoeken.

### Juridische (en praktische) problematiek

Online shaming kan zowel strafrechtelijk als civielrechtelijk worden aangepakt, maar juridische procedures kosten tijd en geld. Terwijl het voor de slachtoffers vooral belangrijk is om het kwetsende materiaal zo snel mogelijk offline te krijgen, om te voorkomen dat de informatie zich als een olievlek verspreidt.

Helaas lopen de wettelijke en juridische mogelijkheden nogal achter op de praktijk. Bovendien sta je als slachtoffer vaak machteloos tegenover grote bedrijven als Google en Facebook. Maar ook kleinere platforms (zoals Nederlandse porno-sites) of zelfs privépersonen (die religieuze of rancuneuze kruistochten voeren) zijn soms lastig aan te pakken.

Dat vraagt om gespecialiseerde ondersteuning om je recht te halen. Bijvoorbeeld door een platform te kunnen dwingen om kwetsend materiaal à la minuut offline te halen als een slachtoffer daar om verzoekt.

### 3. De stichting Stop Online Shaming

De Stichting Stop Online Shaming is opgericht op 10 oktober 2019 en gevestigd te Amsterdam.

Hieronder volgen:

- onze visie op online shaming en de aanpak daarvan (inclusief dilemma's);
- de doelgroep waar de stichting zich op richt;
- de verwerving van inkomsten;
- ANBI-status;
- bestuur: huidige en toekomstige samenstelling;
- commissies: adviesraad en commissie van aanbeveling;
- onze partners;
- online: website, e-mail en sociale media.

#### Visie

Onze visie op online shaming is heel simpel: online shaming is onrechtmatig en verwerpelijk, en de slachtoffers moeten gesteund worden.

Onze visie op de bijbehorende aanpak is iets ingewikkelder (zie de dilemma's hieronder), en ook wat verschoven ten opzichte van het vorige beleidsplan.

Voorheen zetten wij vooral in op strategische rechtszaken, zoals proefprocessen en class-actions. Dat doen wij nog steeds, maar tegelijkertijd willen we ook een activistischer koers gaan varen. Met name door het fnuiken van verdienmodellen (door het aanschrijven van financiële dienstverleners) en het creëren van meer bewustzijn (door het publiceren van opiniestukken).

Dilemma's:

- **wettelijk** – wetten en regels lopen altijd achter op de praktijk. Enerzijds moeten we ermee dealen, maar anderzijds kunnen ze wel verbeterd worden. Wij willen ons inzetten om ze te verbeteren, onder andere door het voeren van (collectieve) proefprocessen.
- **ethisch** – we zijn niet tegen porno en vóór de vrijheid van meningsuiting. Die uitgangspunten kunnen conflicteren met online shaming-problemen voor specifieke personen. Bottom line: als iemand geen toestemming heeft gegeven voor het publiceren van zijn of haar persoonsgegevens (waaronder persoonlijke beelden), dan mogen die gegevens c.q. beelden niet gepubliceerd worden.
- **praktisch** – de stichting wil opkomen voor alle slachtoffers, maar heeft onvoldoende capaciteit om individuele ondersteuning te verlenen. We willen individuele slachtoffers graag helpen, maar kunnen dat niet altijd. We zullen dan doorverwijzen naar andere instanties, zoals Helpwanted, of

een generiek antwoord geven. Daarnaast willen we ijveren voor betere handhaving van de bestaande wet- en regelgeving.

### **Doelgroep**

De stichting zet zich in voor alle slachtoffers van online shaming (voor zover woonachtig in Nederland). Vooral zij die moeite hebben om hun recht te halen, en de kwetsende content niet snel genoeg offline krijgen. Bijvoorbeeld: minderjarigen, personen die liever anoniem willen blijven en minvermogenden.

Soms kunnen zich ook onverwachte doelgroepen aandienen, zoals de zorgverleners die aan de schandpaal genageld werden op Zwartelijstartsen.com. Ook deze groep hebben wij van harte ondersteund.

### **Verwerving van inkomsten**

De afgelopen jaren hebben wij naarstig gezocht naar funding voor onze activiteiten (vooral het bekostigen van rechtszaken is kostbaar). Subsidiëring bleek helaas onmogelijk, ondanks alle pogingen daartoe.

We moeten het dus vooral hebben van donaties. Daartoe is onder meer een donatie-knop prominent op onze website ([Stop Online Shaming](#)) gezet. Ook blijken gewonnen rechtszaken nieuwe donateurs op te leveren.

### **ANBI-status**

De stichting heeft de ANBI-status (van: algemeen nut beogende instelling), waardoor giften aftrekbaar zijn van de inkomstenbelasting.

### **Bestuur**

Het bestuur van de stichting bestaat op dit moment uit drie (onbezoldigde) personen:

- **Henk Boeke** – voorzitter

Henk is oprichter en voormalig directeur van Ouders Online. Op dit moment is hij actief voor het Platform Bescherming Burgerrechten, en o.a. werkzaam als adviseur voor Kennisnet. Zijn laatste termijn voor de Adviescommissie van Nicam/Kijkwijzer eindigde in 2022.

- **Willem van Lynden** – secretaris-penningmeester

Willem is oprichter van Mediamaze, een organisatie die adviseert over online reputatiemanagement, en ondersteuning biedt bij het toepassen van het vergeetrecht.

- **Anna Sträter** – juridisch bestuurslid

Anna is advocaat bij bureau Brandeis, en werkzaam in de praktijk media, kansspelen en telecommunicatie. Ze heeft ervaring in het privacyrecht, in het bijzonder het recht om vergeten te worden (artikel 17 AVG).

Er wordt nog gezocht naar een vierde bestuurslid. Mogelijk: een forensisch psycholoog, of iemand vanuit de slachtofferhulp. Het bestuur denkt hier nog verder over na.

### Commissies

Bij de oprichting van de stichting bestond de wens om ons te laten ondersteunen door inhoudsdeskundigen en ambassadeurs, verenigd in één commissie. Later is dit plan gewijzigd in twee aparte commissies: een adviesraad (om het bestuur te adviseren), en een commissie van aanbeveling (om de stichting te promoten). Hieronder de huidige stand van zaken, en onze plannen voor de toekomst.

- **Adviesraad** – Er ligt inmiddels een reglement voor een Adviesraad, evenals een shortlist voor mogelijke leden. Besloten is echter om dit gremium voorlopig in de ijskast te zetten. Het stichtingsbestuur functioneert goed, en kan voldoende uit de voeten met zijn bestaande (netwerk)contacten.
- **Commissie van aanbeveling** – Er is besloten om voorlopig geen commissie van aanbeveling in te stellen.

### Partners

- **Boekx Advocaten** – voor het voeren van procedures. Boekx is gespecialiseerd in mediarecht, met veel kennis, kunde en ervaring op het gebied van strategische procedures, privacy-schendingen en onrechtmatige online uitingen;
- **Helpwanted** – voor het doorverwijzen van individuele slachtoffers, voor zover het om seksuele content gaat. Helpwanted is onderdeel van EOKM (Expertisebureau Online Kindermisbruik);
- **EOKM** (Expertisebureau Online Kindermisbruik, voorheen Meldpunt Kinderporno) – trekt samen met ons op in rechtszaken;
- **Netwerk Mediawijsheid** – de stichting heeft zich aangesloten bij dit netwerk, om kennis te delen en onze visie uit te dragen.

Er zijn op dit moment geen plannen om ons partnernetwerk verder uit te breiden.

### Online

- **website** – de website ([www.stoponlineshaming.org](http://www.stoponlineshaming.org)) wordt beheerd door de secretaris/penningmeester en voldoet vooralsnog aan onze wensen;
- **e-mail** – de stichting is bereikbaar via [info@stoponlineshaming.org](mailto:info@stoponlineshaming.org) en heeft interne e-mail adressen die beheerd worden door de voorzitter;
- **socials** – de stichting is (nog) niet actief op sociale media (zoals Twitter, Facebook en Instagram). We gaan hier nog beleid voor ontwikkelen. [Naschrift d.d. 4 november 2022: inmiddels is besloten om een pagina op LinkedIn te starten. Zie BIJLAGE – Communicatieplan.]

## 4. Beleidsdoelstellingen voor 2023-2025

- het voeren van strategische rechtszaken (proefprocessen en *class-actions*);

- ijveren voor betere wet- en regelgeving (ook indirect, door het ondersteunen van initiatieven van anderen);
- ijveren voor betere handhaving van de bestaande wet- en regelgeving (o.a. al gerealiseerd in het overleg met de VVD-Tweedekamerfractie, dd 13-04-'22);
- activistisch optreden om te voorkomen dat onrechtmatige content op porno-websites wordt gepubliceerd;
- het creëren van bewustwording – door het genereren van media-aandacht voor onze juridische procedures en het publiceren van opiniestukken.

## 5. Langetermijnbeleid

Op termijn wil de stichting het volgende bereiken:

1. Dat er een superspoedprocedure bij één centrale rechtbank in Nederland komt, waarbij een rechter het verzoek om compromitterende content offline te halen binnen 24 uur (of liefst nog sneller) beoordeelt.

Merk op dat deze beleidsdoelstelling misschien te hoog gegrepen is. Een alternatief zou kunnen zijn: een jaarlijkse steekproef door de AP (Autoriteit Persoonsgegevens), plus boete.

2. Dat de privacy van slachtoffers in rechtszaken gemaximaliseerd wordt. Voorkomen moet worden dat de slachtoffers opnieuw in de media verschijnen (met naam en toenaam, hun compromitterende beelden, etc.) omdat dat tot extra leed kan leiden.

Een voor de hand liggende oplossing is 'behandeling achter gesloten deuren'. Maar dat is misschien bezwaarlijk, omdat de rechtsstaat gebaat is bij transparantie.

Volledige anonimisering van de gerechtelijke publicaties is echter wel het minste wat er zou moeten gebeuren. (In principe gebeurt dat al, door het weglakken van persoonsnamen. Maar het zou nog beter kunnen. Bijvoorbeeld door ook herleidbare bedrijfsnamen te verwijderen, of herleidbare beschrijvingen van omstandigheden.)

3. Dat er een volledige proceskostenveroordeling komt in dit soort zaken, dus inclusief de eigen advocaatkosten. Omdat het anders voor individuele personen onredelijk duur wordt, en daarmee beperkend, om het tegen (grote) mediaondernemingen op te nemen.

Dit klinkt gevaarlijk (omdat bij eventueel verlies de kosten van de (grote) tegenpartij betaald zouden moeten worden) maar is het niet. We willen namelijk dat dit eenzijdig gaat gelden, dus dat een groot platform de werkelijke kosten van een rechtszaak aan een individueel slachtoffer vergoedt als het slachtoffer wint. En niet andersom, als het slachtoffer verliest.

4. Dat websites en socialmediaplatforms vooraf moeten beoordelen of de content die bij hen wordt aangeboden, rechtmatig gepubliceerd kan worden. Ze moeten uitsluiten dat onrechtmatig

materiaal online komt. Bijvoorbeeld door te controleren of alle betrokkenen toestemming voor publicatie hebben gegeven.

Merk op dat deze doelstelling inmiddels al gerealiseerd is, door de uitspraak op onze procedure tegen Vagina.nl. Toch handhaven we deze beleidsdoelstelling, omdat er nog hoger beroep ingesteld kan worden.

5. Dat de stichting Stop Online Shaming de status van *trusted flagger* krijgt. Oftewel: dat verzoeken van Stop Online Shaming (aan websites en socialmediaplatforms) om bepaalde content per direct offline te halen, meteen worden ingewilligd.

Merk op dat deze doelstelling inmiddels al gerealiseerd is voor TikTok. De vraag is of we hiermee door moeten gaan, omdat we geen individuele slachtoffers ondersteunen.

6. Dat rechtsbijstandsverzekeraars een vergoeding voor 'online shaming'-zaken in hun pakketten zullen opnemen.

Merk op dat deze doelstelling inmiddels al gerealiseerd is door de rechtsbijstandsverzekeraar DAS (die onze rechtszaak tegen Zwartelijstartsen.com gefinancierd heeft). We zullen nog nagaan in hoeverre andere rechtsbijstandsverzekeraars hiermee omgaan.



## BIJLAGE: Communicatieplan 2023-2025

Datum laatste wijziging: 4 november 2022

Dit communicatieplan is opgesteld in het verlengde van het beleidsplan 2023-2025, en bedoeld om de daarin geformuleerde doelstellingen communicatief te ondersteunen.

Het communicatieplan is als bijlage bij het beleidsplan gevoegd, en is daarmee onderdeel van het meerjarenbeleid van de stichting. Het plan kan gedurende de looptijd altijd nog bijgesteld worden, als de omstandigheden dat vereisen.

Hieronder volgen de communicatiedoelstellingen voor 2023-2025, en de bijbehorende activiteiten. Merk op dat er geen afzonderlijk doelgroepenbeleid is ontwikkeld; voornamelijk richten wij ons op een zo breed mogelijk publiek. Waar nodig worden er wel specifieke doelgroepen genoemd bij de doelstellingen en/of de activiteiten.

### Doelstellingen

Met dit communicatieplan en de uitvoering daarvan wil de stichting het volgende bereiken:

#### 1. Naamsbekendheid van de stichting vergroten.

Door het vergroten van de naamsbekendheid van 'Stop Online Shaming' (SOS) kan de stichting haar netwerk uitbreiden, en daarmee het aantrekken van inhoudelijke en financiële partners vergemakkelijken.

Een ongewenst neveneffect van meer naamsbekendheid zou kunnen zijn dat zich ook meer slachtoffers met privé-problemen gaan melden. Met overbelasting van het secretariaat als gevolg. Voornamelijk gaan we er echter vanuit dat het geen storm zal lopen, en dat het secretariaat de eventuele aanwas van meldingen naar behoren zal kunnen afhandelen (met doorverwijzingen naar andere instanties, zoals Helpwanted).

#### 2. Bewustwording van 'online shaming' vergroten.

Meer bewustwording van online shaming – bij de gehele samenleving – is broodnodig, vanwege de desastreuze gevolgen die online shaming kan hebben. Variërend van sociale uitstoting en gepest worden, tot langdurig ziekteverlof en suicides.

Bij onze communicatie rond 'bewustwording vergroten' zal de nadruk liggen op de daders (en hun *facilitators*), en minder op de slachtoffers, om duidelijk te maken dat *victim blaming* juist een van de problemen bij online shaming is.

#### 3. Gedragsverandering bewerkstelligen bij personen en partijen die online shamen.

Online shaming een halt toeroepen begint bij de personen en partijen die zelf online shamen. Zij moeten daarmee stoppen. Dat vergt 'gedragsverandering'.

Dat kan door deze personen en partijen op hun verantwoordelijkheden te wijzen (rechtstreeks, of via 'de media'), of door ze via gerechtelijke uitspraken tot gedragsverandering te dwingen. Ook 'het onderwijs' kan een kanaal zijn, om ervoor te zorgen dat (jonge) daders van *shame-sexting* hun gedrag gaan veranderen.

#### 4. Gedragsverandering bewerkstelligen bij partijen die online shaming faciliteren.

Online shaming een halt toeroepen kan ook indirect, via de partijen die online shaming faciliteren. Zoals: porno-sites, social-media-platforms, en financiële dienstverleners.

Ook hen zullen wij communicatief benaderen. Zowel rechtstreeks, als via de media, als via juridische procedures.

#### **Activiteiten**

Om haar communicatieve doelstellingen te bereiken, zal de stichting de volgende activiteiten ondernemen:

- de stichting zal actief de website blijven onderhouden;
- de stichting heeft een woordvoerder, die ook beschikbaar is voor interviews (06-nummer vermeld op de website);
- de stichting zal een LinkedIn-pagina starten en onderhouden;
- updates van onze rechtszaken zullen als volgt worden gecommuniceerd:
  - op de website van de stichting;
  - op de (toekomstige) LinkedIn-pagina van de stichting;
  - via persberichten en persoonlijke e-mails (aan journalisten uit ons netwerk);
- de stichting zal zich minimaal eens per jaar uiten met een artikel over online shaming. Te publiceren via traditionele media, of websites van expertpartijen of slachtofferhulp;
- de stichting zal activistisch te werk gaan om partijen die online shamen faciliteren, te bewegen hun gedrag aan te passen. Zowel via de media als door rechtstreekse aanschrijvingen en juridische procedures;
- de stichting streeft ernaar om minstens drie keer per jaar in gesprek te gaan met externe partijen (op uitnodiging of door eigen initiatief). Zoals: ons presenteren op expert-evenementen, en praten met politieke partijen en journalisten;
- de stichting zal publicitaire overwegingen meenemen in haar keuzes voor te voeren procedures. Dit zal steeds per zaak worden beoordeeld, waarbij de stichting een afweging maakt tussen de verschillende belangen;
- de stichting zal actief contact zoeken en relaties aangaan met andere partijen. Zoals: slachtofferhulp, activistische partijen, adviesorganen en de politiek;
- de stichting zal een lijst opstellen van perscontacten. Dit is een dynamische lijst, die voortdurend aangevuld en gewijzigd kan worden.

De bovengenoemde activiteiten zijn niet limitatief, en kunnen altijd nog aangevuld of gewijzigd worden. Op de website van de stichting zal altijd de actuele versie van het communicatieplan beschikbaar zijn.