

PERSFOTO'S VAN MOSLIMS

De islam is sinds een aantal jaren een hot topic. Zou Twitter al bestaan hebben toen twee vliegtuigen zich in het World Trade Center boorden, dan zou deze aanslag hét trending topic zijn dat nooit meer geëvenaard zou worden. In Nederland heeft Geert Wilders een ongekend grote rol gespeeld in het warm houden van het vuurtje onder de islam. Maar het is een vergissing te denken dat gebeurtenissen en prominente figuren uit zichzelf hieraan bijdragen.



Foto Guus Dobberman, de Volkskrant, 20.12.2006

Mentale beeldvorming en de media

[Nadine Huiskes](#)

De media spelen een onmiskenbare maar complexe rol in dit geheel: in het selecteren, verwerken en presenteren van gebeurtenissen. Zij vervullen als het ware een brugfunctie, maar hoe doen ze dat precies? En hoe kan je het beeld – zowel letterlijk al figuurlijk – dat de media je voorschotelen van de islam karakteriseren en wat voor invloed heeft dit op de beeldvorming van mensen?

Twee zijden van dezelfde medaille?!

Er is behoorlijk wat onderzoek gedaan naar de manier waarop de nationale en internationale media de islam weergeven. Het mag geen verrassing heten dat dit beeld over het algemeen negatief is. Maar hoe komt dit? Het lijkt voor de hand liggend dat schokkende gebeurtenissen die met de islam te maken hebben, zoals 9/11 of de moord op Theo van Gogh, hieraan ten grondslag liggen. De media lusten immers pap van negatief nieuws, een welbekend fenomeen dat zo'n beetje de kern van het mediawezen vormt en dus ook van toepassing is op ander nieuws. Maar ook al gaat het om *echte* gebeurtenissen, schetst deze berichtgeving daarmee ook een *realistisch* beeld? Voormalig Midden-Oostencorrespondent Joris Luyendijk beschrijft in zijn bestseller *Het zijn net mensen* zijn ontgoocheling wat betreft 'het nieuws':

Voor ik correspondent werd dacht ik dat nieuws ging over het belangrijkste in de wereld. Maar na een half jaar als correspondent besepte ik dat dit een misvatting was. Nieuws is wat afwijkt van het alledaagse, de uitzondering op de regel. En met een onbekende wereld als de Arabische krijg je dan een vertekening.¹

Luyendijk schrijft eveneens over de illusie dat nieuws objectief kan zijn en over de 'kloof tussen beeld en werkelijkheid'.² Nieuws, het middelpunt van de media, is dus meer dan een onschuldig venster op wat er gebeurt in de wereld. Juist omdat mediaberichtgeving de afwijkingen van wat mensen doorgaans doen en zeggen laat zien, komt nieuws niet eens in de buurt van het geven van een dwarsdoorsnede van de realiteit. Samen met de dwangmatige focus op de *negatieve* afwijkingen, verliest de media door deze eenzijdigheid haar objectiviteit. Maar niet alleen hier, in de keuze wélke gebeurtenis verslagen wordt, maar ook binnen andere fasen van het mediaproces is subjectiviteit bepalend. Welke woorden worden er gekozen voor de presentatietekst of het krantenartikel, welke beelden laten we zien, welke foto's? Het is allemaal een kwestie van keuzes, want de media kunnen simpelweg ook niet alle kanten van zienswijzen op een gebeurtenis uit de doeken doen. Maakt dit de media daarom ook schuldig aan de negatieve beeldvorming over moslims?

Wellicht, maar hierbij rijzen twee belangrijke kwesties. Ten eerste is het vanwege de persvrijheid onmogelijk alsmede onwenselijk om 'de media', bijvoorbeeld prominente eindverantwoordelijken, schuldig te bevinden. Daarnaast valt niet alles te herleiden tot de media, ook al is het makkelijk om deze als verantwoordelijken aan te wijzen. Er is namelijk sprake van een complex tweerichtingsverkeer tussen de media enerzijds en de Nederlandse burger anderzijds, met name haar opvattingen, stereotypen en aannames. De media spelen in op wat mensen (vermoedelijk) denken, weten en willen horen, een proces dat *framing* wordt genoemd en dat ervoor zorgt dat mediaberichtgeving helder en begrijpelijk overkomt bij de ontvangers. Ze weten meteen waar het over gaat. Media en de beeldvorming van mensen bestaan en ontwikkelen zich dus in wisselwerking. Maar als het nieuws dat ons dagelijks bereikt en beïnvloedt zo discutabel is in haar objectiviteit, dan is het niet zo gek dat ook onze mentale beeldvorming van de islam discutabel is in haar objectiviteit. En andersom geldt precies hetzelfde, waardoor het gevaar op de loer ligt dat er een vicieuze cirkel gecreëerd wordt.

Het negatieve beeld dat de media van de islam schetsen – of opdringen, het is maar hoe je het bekijkt – vertoont dus veel overeenkomsten met de mentale beeldvorming van mensen.

Veelvoorkomende stereotypen zijn de islam en moslims als terroristisch en fanatiek, als een bedreiging voor het Westen en als vrouwonvriendelijk. Natuurlijk bevat mediaberichtgeving, ook als deze enkel op het negatieve focust, altijd elementen van de waarheid: er zijn islamitische terroristen, er zijn moslims die hun vrouw slaan en waarom zouden er niet nog meer aanslagen op Westers grondgebied kunnen plaatsvinden na New York, Londen en Madrid en de regelmatige dreigingen van terroristen? Het probleem is dat deze eenzijdige negatieve beelden zich goed lenen voor een negatieve essentialisering van de islam, wat een vertekend (namelijk homogeen negatief) beeld van de heterogene werkelijkheid geeft: 'de islam is radicaal' en 'alle moslims zijn vrouwonvriendelijk'.

Verliezen mensen op zulke momenten hun gezonde verstand en geloven ze daadwerkelijk in dit soort stereotypen? Dat essentialiseren en het vormen van stereotypen zo veel voorkomt en dus aantrekkelijk is, kan door verschillende sociaalpsychologische processen worden verklaard. Het is namelijk mens eigen om de complexe wereld om ons heen te simplificeren en stereotypen helpen daarbij. Daarnaast delen mensen de wereld graag op in wij en zij en hiervoor wordt er vooral gelet op de (negatieve) verschillen met de Ander. Die focus op negatieve verschillen versterkt de eigen groeps waarde, een soort basisbehoefte van de mens als groepswezen. Dat het specifiek moslims zijn die hier tegenwoordig zo duidelijk aan onderhevig zijn, heeft niet alleen met aanslagen en politieke figuren te maken, maar ook met ons culturele erfgoed. De Westerse, christelijke geschiedenis kent namelijk een behoorlijke polemische traditie tegen de islam, met een veelheid aan stereotypen die ook nu nog voortleven. Mohammed zou een pedofiel zijn en de islam inherent gewelddadig: stereotypen die verankerd zitten in ons historisch denken.

Veel heersende mentale stereotypen hangen nauw samen met visuele elementen, vaak visuele stereotypen. Het is bijvoorbeeld makkelijk om een moslimvrouw te herkennen aan haar hoofddoek en een moslimman aan zijn djellaba. De hoofddoek is per definitie een opvallend verschil tussen moslimvrouwen en niet-moslimvrouwen en wordt gedragen vanuit een bepaalde overtuiging. Veel mensen die de islam niet aanhangen hebben die achterliggende reden (eigenlijk een veelvoud aan redenen en motieven) echter zelf ingevuld of geduid: het is een symbool voor de ongelijkheid tussen man en vrouw, voor de onderdrukking van vrouwen, voor de niet legitieme aanwezigheid van religie in het publieke domein, enzovoorts. Als een moslimvrouw een hoofddoek draagt, wordt haar groepslidmaatschap benadrukt en treedt vrijwel automatisch stereotypering op. De gesluierde vrouw en de man met baard, djellaba en eventueel tulband, gelden als twee dominante visuele stereotypen in de media.³ Hierop vormen persfoto's geen uitzondering. Aan deze visuele stereotypen worden vaak mentale stereotypen gekoppeld: de moslimvrouw en moslimman staan symbool voor ongelijkheid, radicalisme en dreiging. Hoewel ze dus nauw met elkaar verbonden zijn, is het maken van onderscheid tussen visuele en mentale stereotypen belangrijk, omdat ze andere onderzoeksmethoden behoeven.

Persfoto's: beelden zeggen meer dan duizend woorden

Volgens de sociale wetenschappen ontstaan mentale beelden door een wisselwerking tussen fysieke elementen, zoals tekst, beeld en geluid, en reeds bestaande mentale beelden. Hoe wij een krantenartikel, foto of persoon interpreteren, oftewel welke connotatie dit 'materiaal' voor ons heeft, hangt af van ons (culturele) referentiekader, waaronder onze

mentale beelden. Maar aan de andere kant kan een krantenartikel of nieuwsitem ons denken ook beïnvloeden en veranderen. Om die wisselwerking – de beeldvorming dus – te kunnen onderzoeken, moeten eerst de fysieke elementen zelf onderzocht worden: teksten via tekstanalyse, beelden middels beeldanalyse. Dit onderzoek ligt buiten de sociale wetenschappen en juist op het terrein van de geesteswetenschappen. Het is bovendien een onderzoeksterrein dat nog grotendeels onontgonnen is, zeker in vergelijking met de hoeveelheid sociaalwetenschappelijk onderzoek naar mentale beeldvorming. Het is niettemin een belangrijk onderzoeksveld, omdat sociale wetenschappers zich vaak baseren op ongegronde aannames omtrent materiële elementen zoals persfoto's – bijvoorbeeld dat een persfoto een betrouwbare weergave is van de werkelijkheid – en dit materiaal niet zelf onderzoeken.

Hoewel het bewegende beeld dominant is dan ooit in het leven van mensen, is de persfoto nog steeds een interessant en invloedrijk onderzoeksobject. Roland Barthes (1915-1980) was een vooraanstaand filosoof die zich hiermee bezighield. Hij onderscheidt 1) *the source of emission* (de fotograaf en redactie) 2) *the channel of transmission* (de krant) en 3) *the point of reception* (de krantenlezer).⁴ Het eerste en derde element kunnen volgens hem vanuit de sociale wetenschappen onderzocht worden, de *channel of transmission* valt onder de geesteswetenschappen. Hoewel tekst en beeld aparte onderzoeksobjecten zijn, wijst Barthes op het belang van de context waarin de foto zich bevindt: 'In newspapers these are the text, the title, the caption, the layout, and even the title of the newspaper or publication itself: a photograph can change its meaning as it passes from the page of the conservative to the radical press.'⁵

Het fascinerende aan beeldmateriaal, waaronder de persfoto, is dat deze vaak de associatie oproept dat het een objectieve weergave van de werkelijkheid is. Woorden zijn verraderlijk en gekleurd, maar beelden zeggen meer dan duizend woorden, en ze zeggen het vooral meer objectief. Een misvatting, aangezien een visueel beeld eveneens tot stand komt via een proces waarin subjectieve keuzes gemaakt worden: wat fotografeer ik, welk deel van het tafereel, en welke foto's worden er geplaatst (en bij welk artikel)? Een (pers)foto is hierdoor geen objectieve weergave van de werkelijkheid maar een subjectieve representatie hiervan: het is per definitie een selectieve momentopname. Luyendijk vat de kern van dit punt mooi samen als hij zijn ervaringen wat betreft de 'kloof tussen beeld en werkelijkheid' beschrijft:

(...) ik werkte ook mee aan het beeld dat Arabieren eng, gevaarlijk en exotisch zijn. Nieuws zat zo in elkaar dat ik wel schreef over 'woedende mannen' die vlaggen verbrandden en leuzen scandeerden, maar geen ruimte had om erbij te vertellen wat er buiten beeld gebeurde. Op foto's en tv leek het een massa, maar ter plekke zag je met hoe weinig die woedende mannen waren, dat ze pas hun aansteker tevoorschijn haalden als de camera's draaiden en dat ze daarna op huis aangingen voor het eten.⁶

Wat er visueel te zien valt op de foto, ook wel denotatie genoemd, heeft dus de schijn objectief te zijn. Niettemin komen er bij de verschillende facetten en de verschillende partijen die betrokken zijn bij de totstandkoming van beeldmateriaal subjectieve en soms zelfs ideologische keuzes kijken. Het is belangrijk om dit in het achterhoofd te houden.

Het onderzoek: moslims in de Nederlandse persfotografie

Het beeldanalytische onderzoek dat door mij is uitgevoerd, baseert zich op een verzameling van 469 persfoto's waarop moslims te zien zijn (zie ook de bijdrage 16, 'Vanuit de ooghoek' van Heidi de Mare elders in dit nummer). De verzameling verdeelt zich onevenredig over de drie grote kwaliteitskranten van Nederland – te weten *NRC Handelsblad*, *De Volkskrant* en *Trouw* – en de verzameling verdeelt zich onevenredig over de jaren 2001 tot en met 2010. Het onderzoek is dan ook nadrukkelijk *inventariserend* en pretendeert niet representatief te zijn. Elke foto is aan de hand van 38 beeldelementen onderzocht. Sommige beeldelementen waren objectief waarneembaar (ofwel uit de afbeelding zelf, ofwel uit het onderschrift of de kop van het artikel): het aantal mensen (mannen, vrouwen, kinderen), het soort sluijing dat de afgebeelde vrouwen droegen, land van opname, context van opname (bijvoorbeeld op straat of in de moskee), datum van opname en perspectief. Andere beeldelementen waren subjectiever van aard, zoals gezichtsuitdrukking en sfeer/stemming. Sommige beeldcategorieën roepen essentiële vragen op, want hoe kan je *zien* (en dus weten) dat iemand (met name mannen) moslim is? Een leidende aanname hierin is dat een zeer hoog percentage mensen in bepaalde landen (waaronder het Midden-Oosten) islamitisch is. Niettemin laten dit soort aannames, als fundering van het beeldonderzoek, te wensen over: de objectiviteit is niet gegarandeerd. Ook meer praktische keuzes in het onderzoek, bijvoorbeeld dat op foto's waar veel mensen op afgebeeld staan, alle mensen geteld worden (en dus mogelijk ook niet-moslims), vormen een zwak punt in het geheel.

Het doel van het onderzoek was om alle foto's individueel te categoriseren en vervolgens, middels statistische analyse, patronen en ontwikkelingen in de afbeelding van moslims te detecteren. Gevonden tendensen wijzen dus niet ondubbelzinnig naar daadwerkelijke ontwikkelingen in de realiteit, maar kunnen te maken hebben met subjectieve keuzes van fotografen en redacties of met de door ons onderzochte verzameling persfoto's. Deze kanttekeningen vragen om meer onderzoek. Niettemin vormen de onderzochte beeldreeksen wel een indicatie van hoe de maatschappelijke verbeelding zich in de loop der tijd heeft ontwikkeld. Uit de door ons uitgevoerde analyse zijn enkele noemenswaardige resultaten naar voren gekomen.

Tussen 2001 en 2010 blijkt dat per foto het aantal vrouwen dat een hoofddoek draagt toeneemt. Vermoedelijk heeft dit een bepaalde invloed op de mentale beeldvorming, aangezien de hoofddoek zo'n krachtig visueel element is. Mentale stereotypering (de vrouw met hoofddoek als onderdrukt bijvoorbeeld) kan hierdoor sneller geactiveerd worden. Een ander resultaat was dat het aantal foto's van moslims in Nederland over deze periode is toegenomen van 5% tot 40%. Het aantal foto's dat in close-up is gemaakt, is toegenomen, met name als het gaat om foto's die in Nederland genomen zijn. Meer aandacht voor menselijke verschillen (het gelaat) zou mogelijk invloed kunnen hebben op de mentale beeldvorming. Het mentale proces van generaliseren – het over één kam scheren van mensen – kan genuanceerd worden, omdat de krantenlezer meer in aanraking komt met het individuele van de mens in plaats van enkel zijn of haar groepsidentiteit. Als het proces van generaliseren (een moslim als horende bij de 'zij'-groep zien) afzwakt, ontstaan er wellicht meer ruimte om zich met de afgebeelde moslim te identificeren. Met het verdwijnen van letterlijke afstand (middels het close-up shot) kan dus ook de mentale afstand afnemen. Ook liet de statistische analyse een toename zien in het aantal foto's dat vanuit een recht-van-

voren perspectief zijn geschoten (tegenover foto's die van boven- of onderaf worden genomen). De kleur van de kleding die op de foto's gedragen wordt neemt toe in homogeniteit. In vergelijking met de foto's uit het buitenland blijkt dat de foto's uit Nederland voor het overgrote deel een ontspannen sfeer laten zien.

De grote vraag, die in vervolgonderzoek centraal zou moeten staan, is hoe deze patronen zich laten verklaren. Het huidige onderzoek is nadrukkelijk een inventariserende basis die enkele interessante aanknopingspunten opgeleverd heeft. In een vervolgonderzoek zou de noodzakelijke brug geslagen moeten worden tussen beide perspectieven: het sociaalwetenschappelijke onderzoek en het geesteswetenschappelijke, beeldanalytische onderzoek. Welke uitwerking hebben bepaalde beeldkenmerken, zoals camerahoek, op het mentale beeldvormingsproces, oftewel hoe worden deze beeldkenmerken geïnterpreteerd? Barthes wijst erop dat er nog maar weinig bekend is over hoe dit connotatieproces in elkaar steekt. En in hoeverre komt dat wat er op de persfoto's staat overeen met de heersende mentale beeldvorming van mensen? Het is hierbij belangrijk om op te merken dat een objectief beeldelement niet zomaar tot een bepaalde beeldvorming leidt. Veel foto's van moslims met wapens kunnen het idee dat de islam bedreigend en agressief is direct ondersteunen. Maar aan de andere kant is het mogelijk dat foto's objectief gezien een bepaald mentaal idee niet ondersteunen, maar dat wel doen door de complexe interpretatie van die voor iedereen aanwijsbaar aanwezige visuele elementen. Zo kunnen mensen denken dat vrouwen in burqa's bedreigend zijn. Het objectieve gegeven, de burqa, ondersteunt dit mentale idee niet, terwijl de interpretatie van dit visueel waarneembare element (bijvoorbeeld de onzekerheid ten aanzien van de onzichtbare persoon) dit idee wel kan ondersteunen en voeden. Vaak berusten dit soort interpretaties op reeds bestaande mentale ideeën, die bijvoorbeeld gevoed worden door de publieke discussie.

Op deze manier vormen de verschillende aspecten van beeldvorming een kluwen die middels onderzoek uit elkaar gehaald kan en moet worden. Op basis van de beeldanalyse van een verzameling beelden kunnen verbanden ontdekt worden tussen elementen die zich daarvoor aan het zicht onttrokken. Alleen op die manier kan er vastgesteld worden wat de precieze kracht en rol is van beeldmateriaal, en wat de precieze kracht en rol is van mentale beelden. Het moge duidelijk zijn dat we hier nog veel onderzoek naar moeten doen.

Noten

¹ Luyendijk, J. (2006), *Het zijn net mensen*, Amsterdam: Uitgeverij Podium, p. 40.

² Ibid, p. 35.

³ Jackson 2003, in: Jansen, A.G. (2007b), *Stereotypering in fotografie. Moslimvrouwen met hoofddoek*, p. 35

⁴ Barthes, R. (1977) 'The photographic message'. In: Heath, Stephen (ed.), *Image – Music – Text*. London: Fontana, p. 15.

⁵ Ibid, p. 15.

⁶ Luyendijk (2006), p. 38.

Literatuur

- Barthes, R. (1977), 'The photographic message', in: Heath, S. (ed.) *Image – Music – Text*. London: Fontana.
- Bethell, T. (2001), 'The challenge of Islam, the anguish of the West', in: *The American Spectator*, November/December: p. 92-94.
- Brink, G. van den (2004), *Tekst, traditie of terreur? Naar een moderne visie op de islam in Nederland*. FORUM.
- Buunk, B.A.P. (2010) *Oerdriften op de werkvloer. Een evolutionair perspectief op organisaties*. Uitgeverij Bert Bakker.
- Ekman, P. (2008), *Gegrepen door emoties. Wat gezichten zeggen*. Amsterdam: Uitgeverij Nieuwezijds.
- FORUM Instituut voor Multiculturele Ontwikkeling (2008) *Factbook 2008. De positie van moslims in Nederland: feiten en cijfers*. FORUM: Utrecht.
- Jackson, L. (2010), 'Images of Islam in US media and their educational implications', in: *Educational Studies* 46: p. 3-24.
- Jansen, A.G. (2007a), *Moslimvrouwen in beeld. De invloed van stereotype berichtgeving op stereo-type activatie, geheugen en wij/zij-kennis*.
- Jansen, A.G. (2007b), *Stereotypering in fotografie. Moslimvrouwen met hoofddoek*.
- Jones, L.G. (2009), 'Book review: Quinn, Frederick (2008) *The Sum of All Heresies: The Image of Islam in Western Thought*. New York: Oxford University Press', in: *Religion* 39 (2): p. 208-209.
- Kalin, I. (2001), 'Islam and the West: deconstructing monolithic perceptions – a conversation with professor John Esposito', in: *Journal of Muslim Minority Affairs* 21 (1): p. 155-163.
- Kottak, C.P. (2004), *Cultural Anthropology*. New York: McGraw-Hill.
- Luyendijk, J. (2006), *Het zijn net mensen*, Amsterdam: Uitgeverij Podium.
- Macdonald, M. (2003), 'Representations of Muslim women and the veil: questions of image and voice', *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott Hotel, San Diego, CA*.
- Mostafa, G.M.M. (2007), 'Correcting the image of Islam and muslims in the West: challenges and opportunities for Islamic universities and organizations', in: *Journal of Muslim Minority Affairs* 27 (3): p. 371-386.
- Rantanen, P. (2005), 'Non-documentary burqa pictures on the internet. Ambivalence and the politics of representation', in: *International Journal of Cultural Studies* 8 (3): p. 329-351.
- Shadid, W. (2005), 'Berichtgeving over moslims en de islam in de westerse media: Beeldvorming, oorzaken en alternatieve strategieën', in: *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* 33 (4): p. 330-346.
- Sterk, G. (2000), 'Inleiding', in: G. Sterk (red.) *Media en allochtonen: Journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu Uitgevers: p. 9-13.
- Teunissen, H. (2005), 'Van Poitiers tot Fortuyn. De islam in de spiegel van de Lage Landen', in: *Sociale integratie ... zo informeerden wij elkaar*. Gemeente Rotterdam, projectbureau sociale integratie. Stichting Platform Islamitische organisaties Rijnmond: p. 109-145.
- Top, B. (2000), 'Tussen diversiteit en stereotiep: Persfotografie in de multiculturele samenleving', in: Sterk, G. (red.), *Media en allochtonen: Journalistiek in de multiculturele samenleving*. Den Haag: Sdu Uitgevers: p. 43-49.



MAGAZINE: NUMMER 1 2014



2 | 2014 – HET BEELD VAN MOSLIMS IN NL

Over moslims in de Nederlandse maatschappelijke verbeelding

INTRO

1. **Heidi de Mare**, 'Een ge(s)laagde beeldformatie? De maatschappelijke verbeelding van moslims in NL' **PDF-1**

KADER

2. **Heidi de Mare**, 'Beeldopvattingen in Nederland (kader 1). Een kleine genealogie van het Europese beeldbegrip' **PDF-2**
3. **Heidi de Mare**, 'Burger en publieke ruimte (kader 2). Cultureel vacuüm of verzadigd domein?' **PDF-3**

COLUMN

4. **Leo van Bergen**, 'Blikvanger. Antonie van Leeuwenhoek en de moslima' **PDF-4**
5. **Gabriël van den Brink**, 'Beelden als voorbode' **PDF-5**
6. **Heidi de Mare**, 'Politieke comfort zone? Dan kijken we nog maar eens!' **PDF-6**
7. **Joost Pollmann**, 'Steekproef. De Groene Amsterdammer in bange tijden' **PDF-7**

BESPIEGELING

8. **Heidi de Mare**, 'Het *verlangen naar Mekka*. Samenspraak naar aanleiding van een tentoonstelling' **PDF-8**
9. **Abdel El Makhroufi & Harrie Teunissen**, 'De hadj naar Mekka (1). Een reis met een lange geschiedenis' **PDF-9**
10. **Abdel El Makhroufi & Harrie Teunissen**, 'De kern van de hadj (2). Hadj als spirituele ervaring' **PDF-10**

11. **Abdel El Makhloufi & Harrie Teunissen**, 'Arabische cultuur en islam (3). De rol van adellijkheid, stam en status' **PDF-11**
12. **Abdel El Makhloufi & Harrie Teunissen**, 'Islam: religie en cultuur (4)' **PDF-12**
13. **Abdel El Makhloufi & Harrie Teunissen**, 'Het beeldverbod (of niet) (5). Naar aanleiding van beeldenaars op islamitische munten' **PDF-13**

ESSAY | onderzoek

14. **Nadine Huiskes**, 'Persfoto's van moslims. Mentale beeldvorming en de media' **PDF-14a** en 'Visuele stereotypen? Wat zien we als we naar een persfoto kijken?' **PDF-14b**
15. **Gawie Keyser**, 'Angst is goed. Het beeld van de gevaarlijke ander in cinema en de populaire cultuur' **PDF-15**
16. **Heidi de Mare** m.m.v. **Gabriël van den Brink**, 'Vanuit de ooghoek. Persfotografie als mentale graadmeter?' **PDF-16**. Plus Beeldformaties **PDF 16-1, PDF 16-2, PDF 16-3, PDF 16-4, PDF 16-5, PDF 16-6, PDF 16-7**.
17. **Sjoerd-Jeroen Moenandar**, 'Vertrouwd en vreemd. "Echt Hollands" in hedendaagse multimediakunst' **PDF-17**
18. **Joost Pollmann**, 'Moslims in cartoons. Het gemak van de boerka en andere stereotypen' **PDF-18**
19. **Wilbert Schreurs**, 'Moslims in de Nederlandse reclame. Op zoek naar de speld in de hooiberg' **PDF-19**
20. **Connie Veugen**, 'Altair Ibn-La'Ahad. Arab Assassin or all-American game hero?' **PDF-20**

VERANTWOORDING

21. **Heidi de Mare**, 'Verantwoording. Hoe zijn we tot dit thema gekomen?' **PDF-21**

DOSSIER (eerdere publicaties van de (gast)auteurs over deze thematiek):

22. **Gabriël van den Brink** (2004), *Tekst, traditie of terreur? Naar een moderne visie op de islam in Nederland* (FORUM) **PDF-22**
23. **Harrie Teunissen** (2005), '[Van Poitiers tot Fortuyn. De islam als spiegel van de Lage Landen](#)', in: *Sociale integratie ... zo informeerden wij elkaar. Islam & Integratie. Rapport informatieronde*, Rotterdam 2005: 109-152.
24. **Harrie Teunissen** (2006), '[Foto van Mohammed](#). Het islamitisch beeldverbod als westerse mythe', in: *Christen Democratische Verkenningen – Zonder geloof geen democratie*: 245-259.
25. **Gabriël van den Brink** (2008), 'Capituleer niet voor de radicale Islam', *NRC Handelsblad*, 3 maart 2008. **PDF-25**
26. **Willem Witteveen** (2010), 'Montesquieu en het boerkaverbod', in: *Nederlands Juristenblad* 911: 1-8. Herpublicatie met toestemming van Uitgeverij Kluwer. **PDF-26**
27. **Joost Pollmann** (2012), fragment uit *Chouf! Qra! Kijk! Lees! Strips & cartoons in de Arabische wereld* (FORUM). **PDF-27**
28. **Nadine Huiskes & Heidi de Mare**, 'Meer, maar opener' (2012). **PDF-28**
29. **Harrie Teunissen** (2014), 'IBN AL-ARABI en de spirituele verbeelding', **PDF-29**, bewerkt fragment uit: [Mystiek van de Islam](#) (2006).

Waarschuwing vooraf

De voorbereidingen van dit nummer over moslims in de Nederlandse verbeelding gingen ruim een jaar geleden van start. Ons doel was zorgvuldig in kaart te brengen hoe de beeldvorming in deze verloopt. Inmiddels hebben zich in de wereld nieuwe, en soms huiveringwekkende ontwikkelingen voorgedaan, die het beeld van moslims in Nederland en daarbuiten beïnvloeden. Het leek ons zowel om praktische als om inhoudelijke redenen niet verstandig ook deze ontwikkelingen mee te nemen. Wellicht krijgen ze een plaats in een volgend nummer, gewijd aan geweld in beeld. Vooral nog is de beeldvorming met betrekking tot gewone moslims al ingewikkeld genoeg.

Voor het **beeldgebruik** in dit nummer, zie de toelichting in de bijdrage 'Vanuit de ooghoek'.