

## VANUIT DE OOGHOEK

In de huidige beeldcultuur speelt de persfotografie een geheel eigen rol. Het zijn tegenwoordig wellicht niet meer de meest bekeken beelden, maar ze vormen als categorie toch een belangrijke graadmeter van de publieke voorstellingswereld. Wat doen beelden ons die we vanuit de ooghoek waarnemen? Een vraag naar aanleiding van een persoonlijke verzameling. Tussentijds bericht van een kijkende krantenlezer.



### Persfotografie als mentale graadmeter?

[Heidi de Mare](#), m.m.v. [Gabriël van den Brink](#)

Aanleiding van dit pilotonderzoek was het vermoeden dat onze eerste indruk van moslims is beïnvloed door de persfoto's die in de loop der jaren werden gepubliceerd, in *de Volkskrant*, *NRC Handelsblad*, in de weekendeditie van *Trouw* en in weekbladen als *De Groene Amsterdammer*, *Vrij Nederland*, *HP/De Tijd* en *Elsevier*. Gedurende deze periode heb ik vooral beelden uit de genoemde dagbladen verzameld. Mijn oog viel niet enkel op persfoto's, maar ook op andersoortige beelden zoals cartoons, landkaartjes, geschilderde taferelen, prenten en Koranteksten. Hoewel het een persoonlijke selectie betreft, is het de moeite waard om deze verzameling van een kleine 1700 beelden nader te bezien.<sup>1</sup> Zie ook de bijdrage van Nadine Huiskes (bijdrage 14) elders in dit nummer. Ik heb mij drie vragen gesteld. Ten eerste hoe is die verzameling feitelijk opgebouwd? Ten tweede zijn er patronen en tendensen aanwijsbaar? En ten derde hoe verhouden deze uitkomsten zich tot die eerste indruk?

### I Feiten en verbeelding

Hoe kijken we terug op de Nederlandse verbeelding van moslims in de periode 2001-2010 gegeven de hier onderzochte verzameling? Strookt wat we ons kunnen herinneren met wat de persfotografie in landelijke dagbladen laat zien? Is er een toenemende problematisering van het beeld van moslims (die de toenemende politisering kan verklaren)? Was er een voortdurend gebrek aan aandacht voor moslims (onzichtbaar als maatschappelijke minderheid)? Loopt de persfotografie gelijk op met ontwikkelingen in de samenleving of laten de concrete persfoto's iets anders zien? Wat kan er met andere woorden gezegd worden over hoe de recente maatschappelijke verbeelding zich heeft ontwikkeld?

### *De verzameling*

Ik heb verzameld wat me als krantenlezer opviel, waarbij het criterium was dat het beeld over moslims of islam moest gaan. In de periode 2001-2010 heb ik dat vrij systematisch gedaan, daarna minder frequent hoewel de stroom onverminderd aanhoudt. In een eerste verkenning heb ik enkele aspecten onderzocht die objectief telbaar zijn:

- het aantal mannen, vrouwen en kinderen
- de kenmerken waarop moslims zich visueel onderscheiden (voor mannen: baard, djellaba, hoofddeksel, voor vrouwen en meisjes: hoofddoek, burqa, niqaab)
- geografische verdeling (Nederland, islamitische landen)
- en dit in clusters van drie periodes (2001-2003, 2004-2006, 2007-2010).

### *Representativiteit*

In de verzameling zijn vanzelfsprekend sporen te vinden van de grote, (inter)nationale gebeurtenissen die dit tijdvak hebben getekend: 9/11, de oorlogen in Afghanistan en Irak, de moord op Theo van Gogh, de Deense cartoonrel. Het optreden van Geert Wilders is buiten beschouwing gelaten, omdat dit een apart deeldossier zou opleveren terwijl het slechts in geringe mate beelden van moslims bevat.

Dat beelden getekend zijn door hectische gebeurtenissen betekent niet dat ze eenvoudige spiegels zijn van de realiteit. Visuele aspecten, zowel formeel als wat betreft denotatie (verwijzing naar herkenbare aspecten) en connotatie (aspecten die associaties, symbolische of metaforische verwijzingen oproepen) bezitten een eigen logica die we als individu niet zonder meer door hebben. Dat heeft repercussies voor zowel de productie als de receptie van beelden.

### *Productie: de intuïtieve selectie*

Dat brengt me op een tweede punt. De persfoto die de krant haalt, is het eindproduct van een gefaseerde selectieprocedure. Nieuwswaardige gebeurtenissen, beslissingen van de fotograaf en later van de fotoredactie zijn drie bepalende keuzemomenten. In de eerste fase is het de vraag wat überhaupt als 'nieuws' gekwalificeerd wordt. Dat wordt in beginsel bepaald door media en journalistiek. Voor de tweede fase geldt dat de fotograaf kiest. Hoewel de fotojournalist of persfotograaf vaak als de maker van een beeld wordt opgevat, is het de vraag of persfoto's primair het product van bewuste beslissingen zijn. Fotografen maken vaak in hoog tempo vele foto's per gebeurtenis en daaruit kiezen zij achteraf het meest overtuigende beeld. Iets dergelijks speelt ook in de derde fase waarin de beeldredactie selecteert. 'We zien zo veel. Maar we begrijpen nog zo weinig', aldus Arno Haijtema (*de Volkskrant*, 29.06.2014: 25) naar aanleiding van de oogst van 11.302 foto's op 24 juni jl. waaruit de beeldredactie van *de Volkskrant* voor die dag een keuze moest maken. Een en ander sterkt mijn vermoeden dat beeld-experts, zowel fotografen als beeldredacteuren, steeds *dubbelkijken*: enerzijds gericht op wat nieuwswaardig is (bewust, verstand, beleid), anderzijds ad hoc kiezend voor de meest overtuigende foto (intuïtief, subrationeel, contextueel). Voor dergelijke beeldprofessionals geldt dat zij gegeven hun deskundigheid onder hoge tijdsdruk een keuze maken. De vraag is waar hun oog op valt en of er uit de keuzes iets is af te leiden over de (formele) kwaliteit van de beelden.

Het publiceren van een beeld in de pers is dus een kwestie van trechteren: uit alle gebeurtenissen die zich voordoen wordt een kleine selectie als 'nieuws' gelabeld. Uit alle foto's die een fotograaf schiet bij een nieuwswaardige gebeurtenis, komt een enkele foto terecht bij persbureaus en beeldredacties van kranten. Uit alle foto's die op dat nieuwsfeit betrekking hebben en die bij een krant binnenkomen, wordt uiteindelijk één (of een paar) gekozen. Daar staat tegenover dat deze selectieprocedure zich dagelijks vele malen voordoet, bij al die nieuwsfeiten, bij al die fotografen en bij al die persbureaus en beeldredacties. Uiteindelijk monden al die beslissingen in een beeldenwolk uit.

### *Beeldenwolk*

Dat de persfotoverzameling het resultaat is van vele intuïtieve selecties van vele individuen impliceert niet dat het hier om een losse verzameling gaat. De beeldenwolk wordt mede gevormd door wat zich in de omgeving afspeelt: iedereen houdt vanuit de ooghoek in de gaten wat andere kranten brengen en wat andere nieuwsmedia (tv, internet) bieden. De beeldenwolk ontwikkelt zich als een dynamische, interactieve zwerm die reageert op het visuele milieu waarin ze beweegt of waardoor ze wordt bewogen.

Martijn Kleppe licht in zijn proefschrift (2013) toe hoe dit proces in zijn werk gaat. Hij sprak met beeldredacteuren die betrokken waren bij schoolboeken voor het vak geschiedenis en met de secretaris van de commissie die de wandkaart samenstelde van de Canon van de Nederlandse geschiedenis. In veel gevallen bleek dat het individuele geheugen doorslaggevend was voor de beeldselectie. Dit persoonlijke geheugen werd gevoed door de beelden die beschikbaar waren in het collectieve geheugen, in dit geval historische Nederlandse persfoto's. Gegeven de beelden die in het persoonlijk geheugen waren opgetast, koos men de beelden voor nieuwe geschiedenisboeken en voor de wandkaart, en dus voor wat volgende generaties te zien zouden krijgen. Beeldselectie blijkt, aldus Kleppe, een circulair proces, omdat individuele geheugenbeelden afkomstig zijn uit de reeds bestaande collectieve geheugenbank (in zijn geval ook persfoto's), die vervolgens herkozen worden (door individuen, de zogenaamde 'gatekeepers') en doorgegeven aan volgende generaties. De collectieve geheugenbank werkt zo als een basaal stramien dat bovendien sturend kan optreden bij het selecteren van nieuwe (vergelijkbare) beelden. De beeldenwolk ontwikkelt zich doordat er talloze individuele acties zijn die 'op het oog' rekening houden met elkaar. Dit laatste heeft alles te maken met de formele kwaliteiten van de beelden die toegelaten worden tot de collectieve geheugenbank, waarover zo dadelijk meer.

### *Receptie: scannen en ordenen van krantenfoto's*

Wie de krant leest, doet dat meestal selectief: de gebruiker scant, bladert, snelt de koppen en ziet vanuit de ooghoek allerlei beelden langskomen. De vraag is hoe al die signalen doorwerken, hoe ze worden waargenomen en in hoeverre ze ons iets kunnen vertellen over het functioneren van de maatschappelijke verbeelding. 'Hoeveel wij precies onbewust zien is moeilijk vast te stellen, maar het is aannemelijk dat het oneindig veel meer is dan dat gedeelte waarvan we ons bewust zijn', aldus Dijksterhuis (2007: 51).

Nu bezit Nederland verschillende professionele kijkers die persfoto's nader in ogenschouw nemen. De focus varieert – van heel nabij kijken (het tot in detail ontleden van één foto) tot het zien van samenhang (getroffen zijn door overeenkomsten tussen vele foto's). Die systematische reflectie vindt altijd achteraf plaats, als er enige rust is om de gedachten te vormen en stil te staan bij de vele beeldfacetten in de persfoto. Hans Aarsman kiest al jaren één beeld uit de wekelijkse stroom foto's die binnenkomt bij de beeldredactie van *de Volkskrant* (de Aarsman Collectie). Hij kijkt nauwgezet en neemt de tijd om alles te zien wat zich in het (inmiddels tweepagina's brede) kader – expres, maar ook per toeval – heeft opgehoopt. Aan het andere eind van de schaal staat sinds enige tijd Frank Schallmaier, die een voorliefde heeft voor inhoudelijke én formele gelijkenissen tussen foto's, samengebracht in wat hij aanduidt als de Schallmaier-index. Zo spoort hij kleine (of misschien wel het begin van omvangrijke) beeldreeksen op. Daar tussenin staat Wim Boevink die in *Trouw* vaak een kleine reeks van zo'n twee tot vier foto's bespreekt, zich verwonderend over overeenkomsten en verschillen. Recentelijk heeft zich daar in *de Volkskrant* Martijn Kleppe bijgevoegd met zijn bespreking van de iconowaarde van afzonderlijke persfoto's.

## II Een eerste analyse

Door een bepaalde verzameling (thematische) persfoto's te onderzoeken op patroonvorming, wordt recht gedaan aan de vraag of de sub-rationele selectieprocedure iets van (onbedoelde) patroonvorming laat zien. Deze patroonvorming kenmerkt zich doordat er reeksen ontstaan van persfoto's die meer of minder op elkaar lijken en samen een beeldformatie vormen die een meerwaarde heeft ten opzichte van al die individuele keuzes van al die afzonderlijke beeldredacteurs in al die verschillende kranten in binnen- en buitenland. Als we het getalsmatig bekijken, krijgen we over de jaren heen inzicht in de samenstelling van dat grotere, dynamische ensemble. Een dergelijke benadering leert hopelijk hoe onze maatschappelijke verbeelding gevoed wordt zonder dat iemand daarvan de aanstichter is.

### *Getalsmatige resultaten*

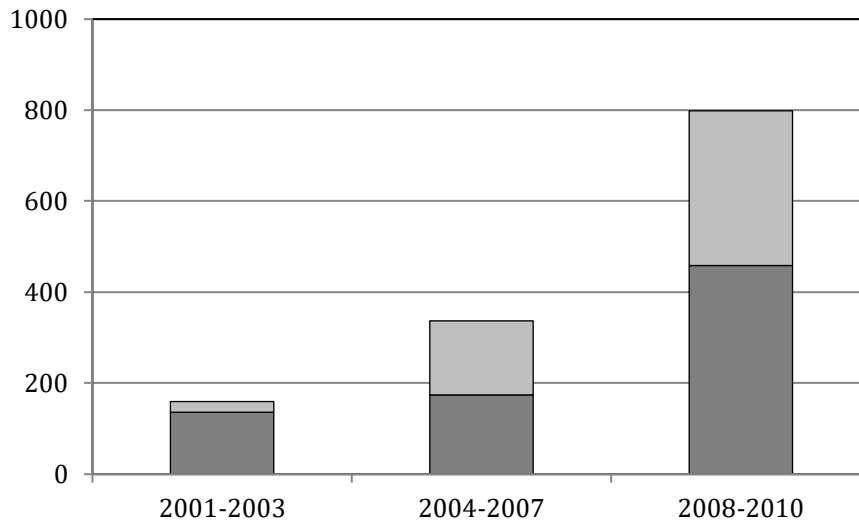
Naast persfoto's bevat de verzameling ook andersoortige beelden: Korantekst, cartoon, geschilderde of getekende voorstelling, stills uit speelfilm en tv-serie, landkaart, tabel of louter ornamentiek. Het aandeel andersoortige beelden maakten gedurende de gehele periode gemiddeld 22% van de verzameling uit. Daarbinnen neemt het aandeel cartoons vanaf 2004 flink toe van ruim 4% tot 13%, waarna het afvlakt tot 11 %. In de rest van deze uiteenzetting laten we deze beelden verder buiten beschouwing. Joost Pollmann wijdt elders in dit nummer een bijdrage (nummer 18) aan deze cartoons. Welke trends stellen we zoal vast?

### *Bevindingen geografische spreiding*

Om te beginnen zien we in de loop van deze periode een toename van het totale aantal persfoto's. Vanaf 2004 groeit het aantal foto's met een factor 4. Dat gaat op voor de hele linie: het geldt voor zowel de islamitische als de niet-islamitische landen die in beeld komen (Grafiek 1).

Grafiek 1

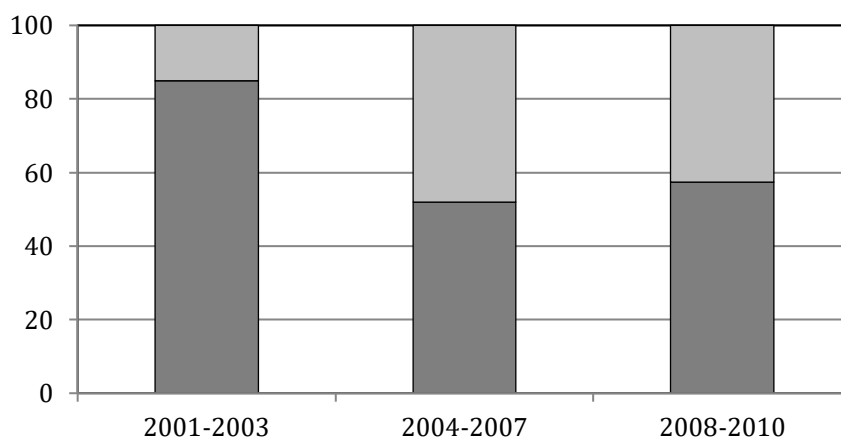
Groei van het aantal foto's met moslims uit overwegend islamitische landen (donker) en overige landen (licht) naar periode.



Wel stellen we een opvallende verandering vast in de aandelen. Vóór 2004 betreft het aandeel van de persfoto's uit islamitische landen de overgrote meerderheid, namelijk meer dan 80% (Grafiek 2). Ná 2004 is dat nog maar de helft. De persfoto's zijn minder eenzijdig gericht op islamitische landen en in die zin doet zich een **verbreding** van het aanbod voor. Met andere woorden, men ontdekt moslims die in niet-islamitische landen wonen. Zij worden vanaf dat moment in beeld gebracht en zijn dus meer zichtbaar aanwezig in de publieke sfeer.

Grafiek 2

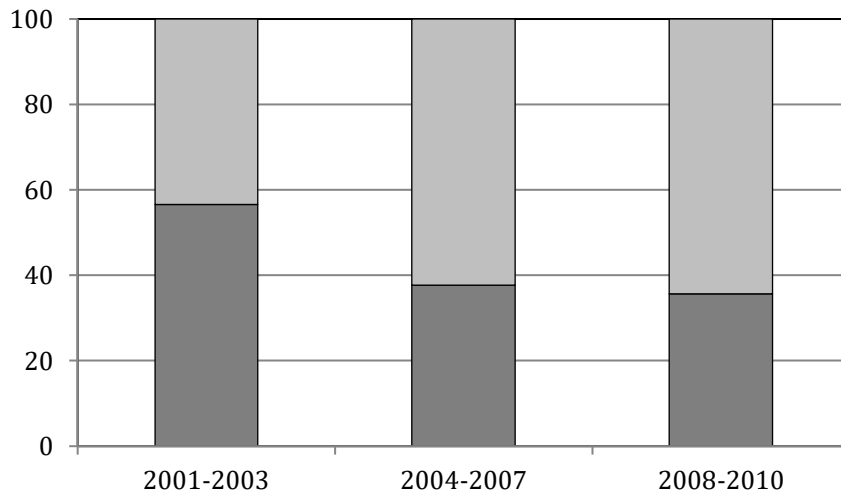
Verdeling (procent) van alle foto's met moslims uit overwegend islamitische landen (donker) en overige landen (licht) naar periode (N = 1296).



Binnen de islamitische landen is vóór 2004 het grootste aandeel afkomstig uit Afghanistan en Irak (Grafiek 3). Dat is niet vreemd gegeven de oorlogen in deze landen. Ná 2004 neemt het aandeel persfoto's uit Afghanistan en Irak af en worden ook andere islamitische landen getoond. Er lijkt dus inderdaad een verbreding van het aanbod te zijn.

Grafiek 3

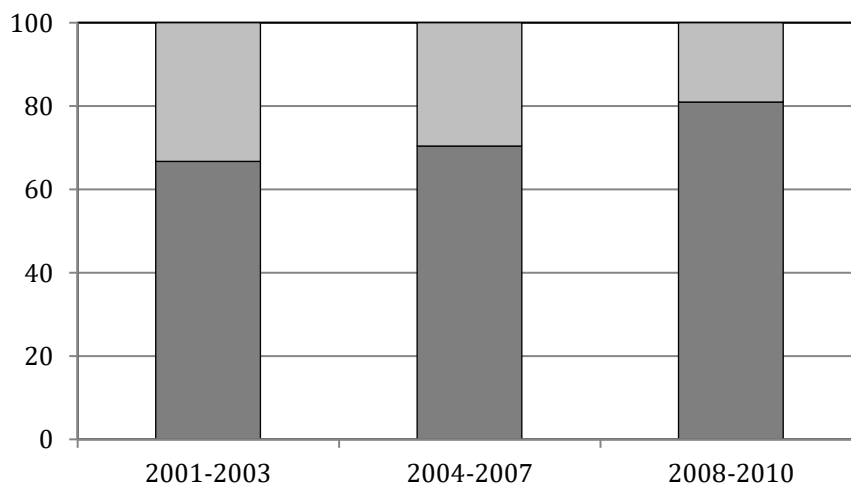
Verdeling (procent) van alle foto's met moslims uit Irak en Afghanistan (donker) en overige islamitische landen (licht) naar periode (N = 769).



Binnen de niet-islamitische landen ligt de nadruk sterk op Nederland (meer dan 60%) en dat aandeel stijgt in de loop van de tijd tot 80%. De focus op Nederlandse moslims neemt kennelijk toe, ze worden letterlijk steeds zichtbaarder (Grafiek 4).

Grafiek 4

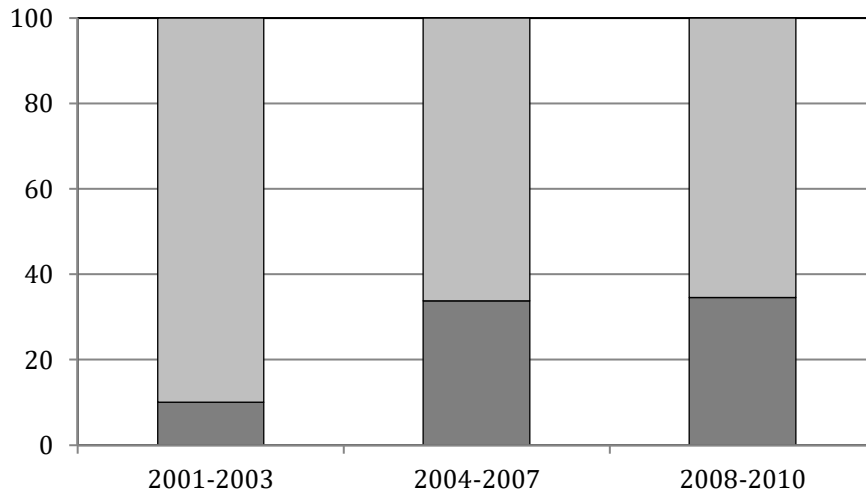
Verdeling (procent) van alle foto's met moslims uit Nederland (donker) en overige niet-islamitische landen (licht) naar periode (N = 527).



Hoewel het aandeel persfoto's van Nederlandse moslims vanaf 2004 stijgt, blijft het aandeel foto's met moslims uit andere (veelal islamitische landen) landen het grootst (Grafiek 5).

Grafiek 5

Verdeling (procent) van alle foto's met moslims uit Nederland (donker) en andere landen (licht) naar periode (N = 1296).

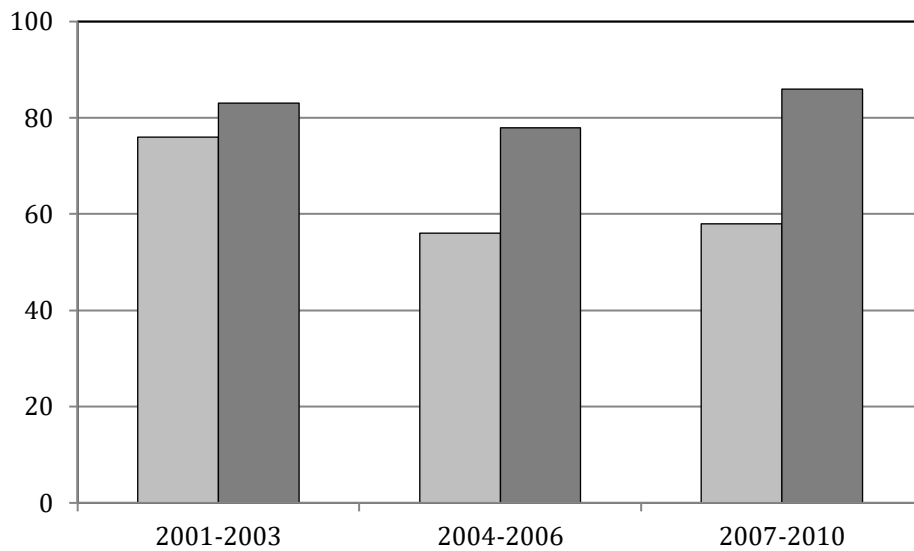


### *Bevindingen inzake traditionele kenmerken*

Los van de geografische herkomst zien we veranderingen in het soort personen die worden afgebeeld. Daarbij vallen met name de verschillen tussen traditionele en moderne personen op. Kijken we eerst naar de totale verzameling van persfoto's met personen dan zien we dat de verdeling van traditionele kenmerken over mannen en vrouwen zeer ongelijk is. Uit Grafiek 6 lezen we twee zaken af. Om te beginnen blijkt dat het aandeel foto's met traditionele kenmerken (hoofddoek, niqaab, chador en burqa) onder vrouwen erg hoog is. Bij vrouwen maken deze foto's gemiddeld 82% uit van het totaal terwijl dat aandeel onder mannen gemiddeld 63% is. (Bij deze laatste komen de traditionele kenmerken op baard, djellaba en hoofddeksel neer). Ten tweede zien we dat het aandeel bij vrouwen in de loop van de tijd nauwelijks verandering kent terwijl het aandeel onder mannen afneemt van 76% in de periode 2001-2003 naar 58% in de periode 2007-2010. De conclusie is dat het vooral vrouwen zijn die als draagster van de traditie worden getoond en dat dit over de gehele onderzochte periode ongeveer hetzelfde blijft. Verder zien we dat het verschil in beeldvorming tussen mannen en vrouwen met het vorderen van de jaren sterker wordt aangezet.

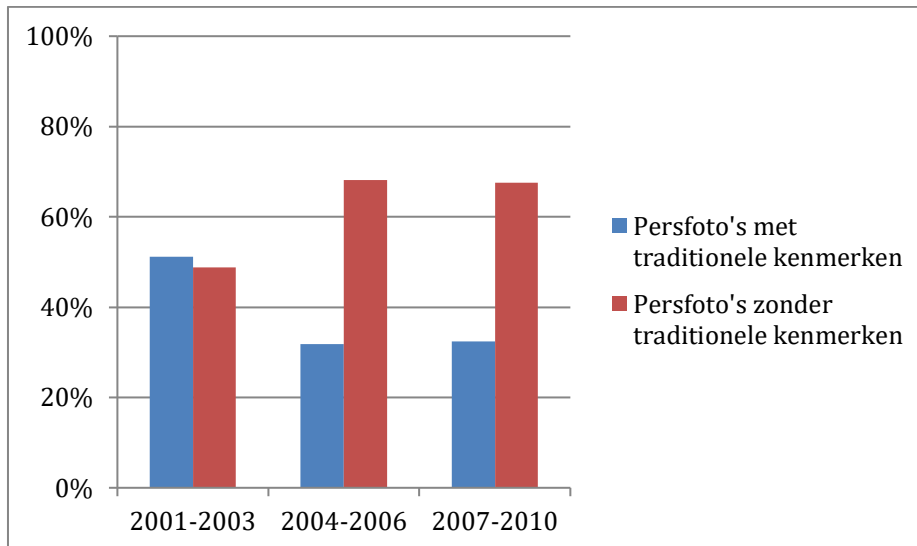
Grafiek 6

Aandeel van de foto's met een of meer traditionele kenmerken als percentage van alle foto's met mannen (lichtgrijs) resp. alle foto's met vrouwen (donkergrijs) naar periode.



Grafiek 6a

Aandeel (als percentage van de totale fotoverzameling) van de foto's met één of meer traditionele kenmerken bij mannen naar periode.

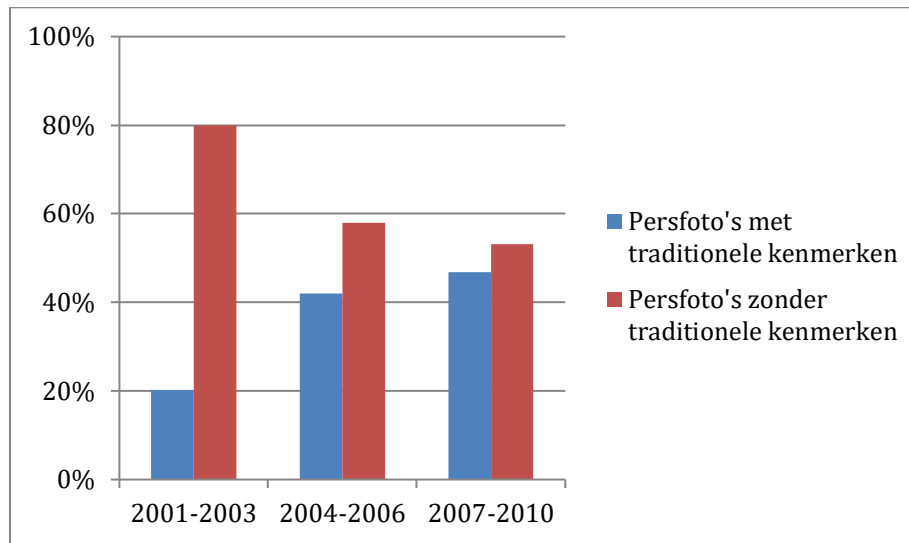


**NB:** Onder traditionele kenmerken bij mannen wordt verstaan: baard, djellaba en hoofddeksel.



Grafiek 6b

Aandeel (als percentage van de totale fotoverzameling) van de foto's met één of meer traditionele kenmerken bij vrouwen naar periode.



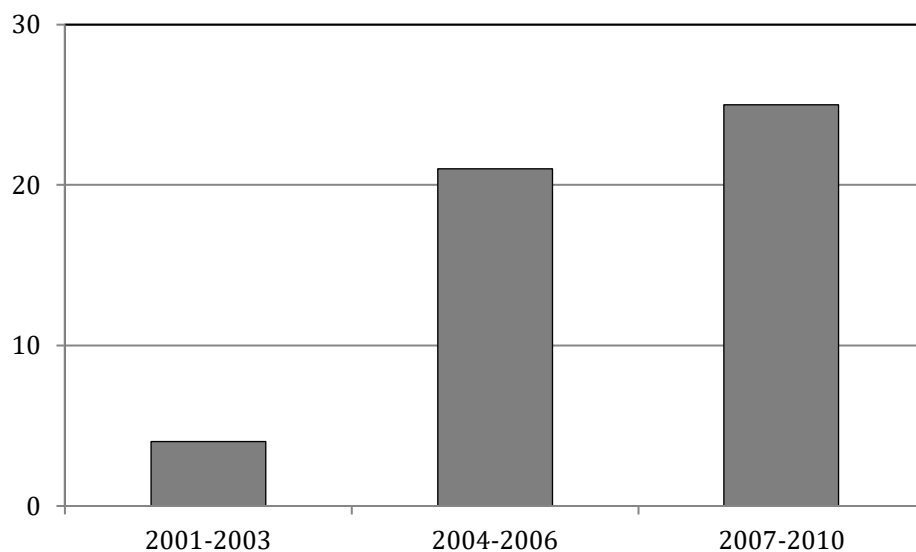
NB: Onder traditionele kenmerken bij vrouwen wordt verstaan: hoofddoek, niqaab, chador en burqa.

### *Bevindingen met betrekking tot Nederland*

We zeiden al dat de pers in de loop van de tijd meer aandacht voor moslima's van eigen bodem kreeg, Nederlandse moslima's komen nadrukkelijker in beeld. Dat blijkt wel uit Grafiek 7 die de ontwikkeling van het aandeel Nederlandse foto's op het totaal in beeld brengt. We zien dit aandeel toenemen van 4% in de periode 2001-2003 tot 25% in de periode 2007-2010. De grootste toename blijkt zich vanaf 2004 voor te doen. Verder kan men de vraag stellen of de zojuist gesignaleerde tendens in de totale verzameling (kortweg: mannen worden moderner en vrouwen zien er blijvend traditioneel uit) zich ook in Nederland manifesteert. Dat blijkt niet het geval. Het aandeel moslims met traditionele kenmerken neemt duidelijk toe en deze tendens doet zich niet alleen bij de vrouwen maar ook bij de mannen voor. Kennelijk wijkt de Nederlandse beeldvorming op twee punten af. Het aandeel mannen-met-traditionele-kenmerken daalt niet het neemt veeleer toe en wel van 1 naar 8%. Verder blijft het aandeel vrouwen-met-traditionele-kenmerken niet gelijk maar het neemt eveneens toe en wel van 3 naar 19%. Een en ander wijst op een meer traditioneel beeld voor zover het de Nederlandse moslims betreft, een tendens die om nader onderzoek vraagt.

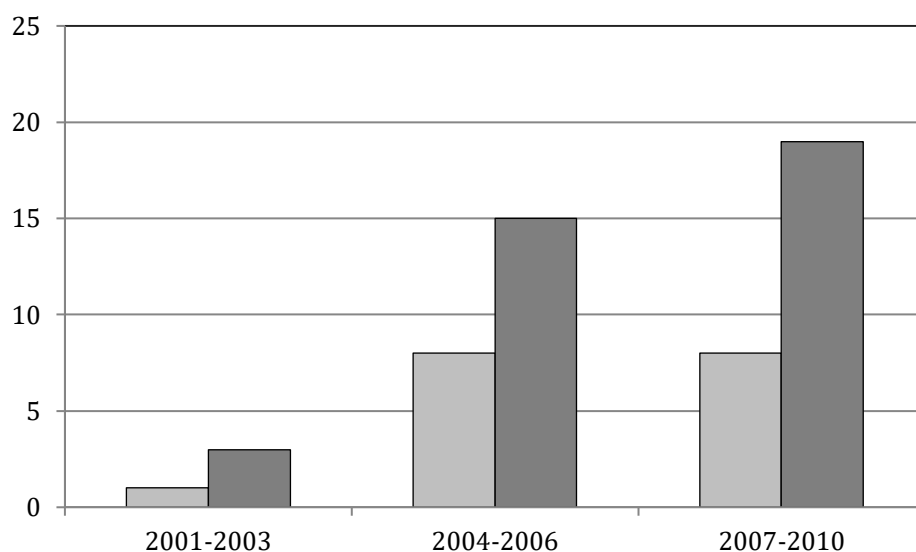
Grafiek 7

Aandeel van de foto's met Nederlandse moslims (mannen en vrouwen) als percentage van alle foto's met personen naar periode.



Grafiek 8

Aandeel van mannen-met-traditionele-kenmerken (licht grijs) en van vrouwen-met-traditionele-kenmerken (donker grijs) uit Nederland als percentage van alle foto's met personen naar periode.



### *Duiding van de resultaten*

Bij een aantal resultaten moeten we voorzichtig zijn met de duiding: voor zover het gaat om de verzameling als geheel zien we de man moderner en de vrouw traditioneler worden (Grafiek 6a en 6b). Maar wat Nederland betreft gaan zowel de mannen als de vrouwen meer traditionele kenmerken vertonen. De vraag is wat dat betekent. Het kan zijn dat er bijvoorbeeld in Nederland meer vrouwen een hoofddoekje gaan dragen en dat fotografen dat vastleggen. Maar het is evengoed mogelijk dat de fotoredacteuren vaker een foto met hoofddoek plaatsen. Het kan ook alle twee waar zijn waardoor een cirkel ontstaat: de

selectie van de fotoredacteur gaat dan invloed uitoefenen op het gedrag van vrouwen en omgekeerd.

Vermoedelijk is hier sprake van een selectie-effect. Als je namelijk gaat zoeken naar moslimvrouwen en daarbij hoofddoek e.d. als kenmerk neemt, is het logisch dat de meesten inderdaad één of meer traditionele kenmerken hebben. Selectie door de krantenlezer resp. de onderzoekster is niet het enige. Er kunnen ook andere vormen van selectie optreden. Theoretisch maken we een onderscheid tussen vier aspecten. De selectie kan optreden:

- 1) bij de vrouwen zelf (want zij dragen bijvoorbeeld vaker hoofddoekjes);
- 2) bij de fotograaf (omdat deze vaker voor het fotograferen van hoofddoekjes kiest);
- 3) bij de beeldredacteur (omdat deze vaker foto's met hoofddoekjes in de krant opneemt);
- 4) bij degene die foto's verzamelt (in dit geval de auteur van deze bijdrage omdat die daar een speciale belangstelling voor had).

Er dreigen hier moeilijke methodologische vragen, maar het zijn wel vragen die voor een goed begrip van publieke beeldvorming belangrijk zijn.

Nog enkele andere punten. Het overgrote deel van de foto's liet geen geweld zien, namelijk 80% of meer, en dat aandeel neemt in de loop der jaren zelfs toe naar 91%. De vraag is opnieuw: wat willen fotograaf of beeldredacteur hiermee laten zien? Is het een antwoord op de publieke meningsvorming? Verder valt op dat deskundigen een hoogst marginale rol spelen. Datzelfde geldt voor het geringe aandeel moskeeën op het totaal aantal persfoto's. Qua aantallen kunnen deze resultaten buiten beschouwing worden gelaten.

### III Opmerkelijke reeksen: beeldformaties

Deze getalsmatige benadering is nuttig maar kent ook haar beperkingen. Ze heeft bijvoorbeeld geen oog voor het uitzonderlijke beeld, terwijl dat maar al te vaak een grote impact op onze herinnering of op de maatschappelijke verbeelding heeft. Het simpele turven van categorieën (man, vrouw, burqa, moskee, deskundige) houdt geen rekening met de manier waarop visuele vormen onze eerste indruk beïnvloeden. Een niet onbelangrijke kwestie, zoals we onlangs hebben betoogd ([De Mare e.a. 2014](#)). Onze kwantitatieve analyse zegt dus weinig over de impact van de visuele vormgeving en de mate waarin foto's aantrekkelijk zijn. Wat maakt dat bepaalde foto's het hebben gered en in het circulaire selectieproces overleven? Om de zwenkingen en fluctuaties van fotozwermen in kaart te brengen, moeten we een andere weg bewandelen.

Zoals eerder gezegd, overzien mensen doorgaans niet hoe de eigen keuze zich verhoudt tot een zich permanent ontwikkelende beeldenwolk. Vaak worden individuele keuzes onbewust gemaakt, gegeven de visuele ecologie die ergens in het achterhoofd is opgeslagen.

Individuele keuzes blijken op deze manier zowel te beantwoorden aan bestaande patronen van langere of kortere duur, terwijl ze deze mede vormgeven en bestendigen.

Beeldformaties laten zich onderscheiden op basis van thematisch-formele gelijkenissen die zich aandienen ([De Mare 2012](#): 26-28; [2013a](#)). In beginsel heeft een beeldformatie geen bron en ontwikkelt deze zich op grond van andere aspecten. Het zou kunnen dat beelden zich niet alleen handhaven door hun nieuwswaarde (die voortdurend wisselt), maar ook op grond van hun visuele kwaliteit.

*Pregnante fotoreeksen in de pers*

Rondkijkend in de verzameling zijn een aantal beeldformaties aanwijsbaar die niet zozeer opvallen door grote aantallen, maar door hun visualiteit. In de bijgevoegde beeldformaties PDF-16-1 t/m PDF-16-7 worden de meest opmerkelijke reeksen getoond. Ze vormen de basis voor vele andere persfoto's die hierop variëren of alluderen. Ik onderscheid voorlopig zeven categorieën (er zijn meer reeksen te vinden en sommige persfoto's behoren tot meerdere beeldreeksen). Daarbij gaat het om de vraag: wat zijn we in Nederland via de in enkele landelijke dagbladen gepubliceerde beelden in de periode 2001-2010 te weten gekomen over moslims en de islam? Bij deze vraag gaat het primair over wat we te zien krijgen en wat daarvan de kracht is. Een eerste ordening die zich aandienende ziet er als volgt uit:

- PDF-16-1     **religie** (a. moslims in gebed; b. massaliteit; c. moskee; d. hadj)
- PDF-16-2     **contrast tussen traditioneel – modern** (a. kledingwijze; b. Kunst; c. politiek; d. technologie)
- PDF-16-3     **culturele uitingen met moslims en/of islam** (a. prent, schilderij, koranvers, film still, ornamentiek; b. deskundige)
- PDF-16-4     **emoties** (a. woede; b. verdriet)
- PDF-16-5     **moslims in islamitische landen** (a. zwarte burqa; b. blauwe burqa; c. djellaba, baard, hoofddeksel)
- PDF-16-6     **Nederlandse moslims** (a. zwarte burqa; b. publieke ruimte; c. contact; d. dagelijkse deelname; e. openheid)
- PDF-16-7     **relativerende cultuuruitingen** (a. humor, carnaval, theater, mode, reclame)

Voor een aantal beeldformaties geldt dat ze een sterk formele component hebben: ze werken met herhaling (PDF-16-1, PDF-16-2, PDF-16-4, PDF-16-5), maken gebruik van de intense kleuren (het diepe blauw van Afghaanse burqa's, de sinistere profielen van zwarte burqa's, PDF-16-5, PDF-16-6a). Veel persfoto's waaraan het oog blijft haken, zijn in zekere zin abstracties met een eigen visuele zeggingskracht. Tegelijk kunnen (negatieve) associaties daardoor worden versterkt: massaal biddende moslims die fotograaf-toeschouwer de rug toekeren, wekken de indruk dat ze niet voor communicatie open staan (PDF-16-1b). Zoals er ook positieve associaties opgeroepen kunnen worden door moslima's die meer close up in beeld worden gebracht en de gelaatsexpressie (betrokkenheid, enthousiasme, vrolijkheid) belangrijk wordt (PDF-16-6e).

Van een andere orde zijn de vele foto's die heftige gevoelens laten zien. Of het nu gaat om woedende gelaatsuitdrukking (PDF-16-4a) of gezichten overmand door verdriet (PDF-16-4b), de impact is een dubbelzinnige. Enerzijds is er niet aan te ontkomen omdat we menselijke gevoelens herkennen. Anderzijds is het menselijkerwijs onmogelijk om in al die gevoelens mee te gaan, temeer omdat je mensen ziet die je niet persoonlijk kent. Vandaar de tegenstrijdige reacties bij rampzalige gebeurtenissen ver weg waar mensen in woede ontsteken of lijden: soms doen we iets (demonstreren, geld geven) maar vaker niet. Gaat het om zelfbescherming of om afstomping resp. onverschilligheid? Daarom is het interessant te zien dat Nederlandse moslims in de loop der jaren meer van nabij in beeld worden gebracht. Ze worden vaker als een actief onderdeel van de Nederlandse samenleving getoond (PDF-16-6b t/m e).

Beide soorten beeldformaties ontleen hun kracht aan een eerste indruk die in allerlei variaties wordt herhaald. Het effect van al die beelden verdicht zich in wat een icoon genoemd kan worden: de moslima in de burqa, het lijden van de Palestijnen, de deskundige die uitlegt hoe het (eigenlijk) zit, de woedende antiwesterse moslim, het verdriet van het burgerslachtoffer. Veel auteurs zijn het eens over de kenmerken van een iconische foto, al wijken de omschrijvingen soms af (Frijhoff 1998: 52-53; Kleppe 2013: 20-26). Het zijn herkenbare beelden die staan voor meer dan wat ze tonen, en die door hun visuele vormgeving in het geheugen gegrift worden, emoties oproepen, reproduceerbaar zijn en aldus de collectieve herinnering voeden. Het overtuigende effect van de icoon berust niet zozeer op het verminderen van het aantal aspecten, als wel op het benadrukken van kenmerkende details. In het icoon concentreren zich de kernaspecten op een visueel indringende wijze (McCloud 1993: 30-31; De Mare [2013a](#)). Tegelijk biedt de icoon ruimte voor variatie en verruiming. In die zin wordt de icoon niet alleen gevormd door de krachten die in de beeldenwolk werkzaam zijn, maar vervult ze een eigen rol waardoor de beeldenwolk kan veranderen. Dat zijn processen die ook spelen in de vele cartoons waarover Joost Pollmann (bijdrage 18) elders in dit nummer bericht.

### *Prikkelende eye catchers*

Overigens zijn er eveneens beelden die thematisch weliswaar een reeks vormen, maar formeel nogal verschillen. Juist in de mate waarin dit soort beelden eruit springen, treffen ze ons en blijven ze in het geheugen hangen: een prent, een 17de-eeuws geschilderd tafereel, een film still, een Koranvers, e.d. (PDF-16-3). Deze uitzonderingsbeelden hebben een eigen functie, omdat ze de aandacht op een andere wijze prikkelen en het geheugen op een andere manier bedienen. Op die manier wordt de herinnering zowel door repeterende beeldformaties als door uitzonderingsbeelden bepaald.

## **Ter afsluiting**

Een paar opmerkingen over mogelijk vervolg. Gegeven de uitkomsten hernemen we een onderscheid dat Roland Barthes lang geleden maakte over de hiërarchie in het onderzoek. Hij gaf prioriteit aan de analyse van het 'transmissiekanaal' (de persfoto en alles wat erbij hoort) boven de 'emissiebron' (fotografen, krantenredactie, beeldredactie, opmakers) en de 'receptie' (het lezende en kijkende publiek). Deze laatste twee zijn interessant, maar van secundair belang voor het begrip van de persfoto. Ze vormen het object van sociaalwetenschappelijk onderzoek, dat menselijk gedrag en beweegredenen analyseert. Anders gezegd, de analyse van de persfoto is geen afgeleide van de sociale factoren, maar bezit een structurele autonomie en is het object van geesteswetenschappelijk onderzoek. In plaats van de *common sense* opvatting die uitgaat van een chronologisch proces (van producent via product naar publiek) geeft onze opvatting van de maatschappelijke verbeelding het primaat aan de persfoto: de structurele analyse van het beeld staat boven het sociologisch onderzoek naar menselijk handelen (Barthes 1961: 194-5).

### *Wie is eigenaar van de persfoto?*

Gezien deze resultaten ligt een meer systematisch en grootschalig onderzoek naar het functioneren van de maatschappelijke verbeelding voor de hand. Voorwaarde is dat er een doorzoekbare, digitale beelddatabase beschikbaar komt, vergelijkbaar met Lexus/Nexus waarin teksten uit alle Nederlandse dag- en weekbladen op thema en onderwerp doorzocht kunnen worden. Een vraag die op dit moment des te prangender is, nu de gewelddadige beelden vanuit de hele wereld ons massaal overvallen. Onze angst en onrust worden aangewakkerd en deze emoties kleuren mede onze inschatting van de realiteit. Dat heeft ongetwijfeld repercussies voor de waarde en het gewicht dat we aan maatschappelijke ontwikkelingen toekennen.

Er zijn allerlei redenen om zo'n database te vormen. Al is het maar omdat al die beelden door die handeling van het publiceren niet meer louter eigendom van de maker zijn: ze gaan immers deel uitmaken van ons collectieve geheugen. Openbaar gemaakte beelden zijn ook (mentaal) eigendom geworden van een publiek. Dat is relevant omdat deze beelden van invloed zijn op ons denken en handelen. Dat is in elk geval een hypothese die om nader onderzoek vraagt. In het licht daarvan moeten we eveneens opnieuw over het beeldrecht in digitale tijden nadenken. Enerzijds mag hergebruik van persfoto's fotografen niet brodeloos maken, anderzijds moeten grote beeldenwolken wetenschappelijk onderzocht kunnen worden. Ernst maken met de analyse van beeldcultuur kan alleen als de beeldenwolken in hun totaliteit kunnen worden bestudeerd. De juridische, financiële en academische obstakels om daartoe over te gaan, moeten uit de weg worden geruimd.

Een eerste, belangrijke, stap is onlangs gezet door Pictoright en Hollandse Hoogte. Zij hebben in 2013 formeel toestemming gegeven om persfoto's te publiceren die betrekking hadden op de beeldvorming rondom Schiphol ([De Mare 2013a](#)). Daarbij moest wel duidelijk zijn dat het om krantenpublicaties ging: bij elke persfoto moest te zien zijn dat de foto onderdeel was van grotere krantenpagina. De bijbehorende (persoonlijke en unieke) vouwen in de papieren pagina's fungeren dan als bewijs van eigendom. Voorwaarde was verder dat de persfoto's niet als gewone illustraties getoond worden, maar als materiaal voor een onderzoek naar persfotografie. Het impliceert dat een dergelijk gebruik (en herpublicatie) van persfoto's onder het citaatrecht valt en op basis daarvan werd toestemming verleend (Berkers e.a. 2013: 313). Nadeel van deze werkwijze is wel dat de kwaliteit van de persfoto niet altijd optimaal is. Bovendien kan er sprake zijn van ruis omdat de uitsnede niet eenduidig focust op het beeld: de eerste indruk kan worden verstoord doordat zich andere informatie opdringt, zoals de inhoud van het begeleidende artikel, de kop van het artikel, het bijschrift zoals ook de naam van de betreffende krant en van de fotograaf associaties kunnen oproepen die de eerste impressie kleuren en sturen. Maar als eerste stap om wetenschappelijk onderzoek naar beeldenwolken te organiseren en publicatie daarvan mogelijk te maken, is deze beslissing van groot belang.

### *Een respectabele voorgeschiedenis!*

Hoewel de nadruk in deze exercitie op grote aantallen ligt, maakt dat een reflectie over het fenomeen 'fotografie' niet overbodig. Er zijn heel wat fotografen die zich in theoretische zin hebben uitgelaten over deze specifieke beeldsoort. Zeker waar het gaat om de

*persfotografie*, dient de vraag naar het waarheidsgehalte van het afgebeelde zich keer op keer aan. Kwesties van manipulatie en retoucheren, geënceneerde of fake beelden waren altijd al een bron van zorg, en dat is door de digitale fotografie niet minder geworden. Maar we moeten wel bedenken dat die zorgen vooral samen hangen met de het gebruik van oude begrippen als ‘realisme’ en ‘representatie’. Velen geloven nog steeds dat er een naïeve blik bestaat die de echte wereld toont, een claim die bijvoorbeeld in het documentaire-debat nog regelmatig opduikt ([De Mare 2005](#)). Ook de inmiddels afgezaagde maar telkens herhaalde vraag of fotografie-nu-een-Kunst-is-of-niet, brengt ons hier niet verder. Het draagt er toe bij dat de gedachtewisseling zich op een tamelijk bloedeloze wijze voortsleept en versplinterd raakt (*Boekman* 63).

Het denken óver het (fotografische) beeld is en blijft een noodzakelijke oefening. Voorwaarde is wel dat we de vanzelfsprekendheid van het kunsthistorische kader en de daarbinnen ontwikkelde begrippen verlaten, en tegelijk het visuele-en-culturele-studies-denken vermijden. Daarbij moeten we ons realiseren dat het ‘anders kijken’ – iets dat talloze fotografen in de loop van de twintigste eeuw hebben bepleit en in beelden hebben gepraktiseerd – van een geheel andere orde dan het ‘bewust leren kijken naar de maatschappelijke toestand in de wereld’ zoals John Berger in zijn *Ways of Seeing* uit 1972 bepleitte. Van de wereld een beeld maken dat beklijft, is iets heel anders dan een beeld als het bewijs van maatschappelijke vervreemding duiden.

Met dank aan [Wiesja Yang](#) en [Thomas van den Brink](#) voor de analyse van de gegevens.

Noot

<sup>1</sup> Het bestand bestaat uit 1669 beelden afkomstig uit kranten, naast persfoto's, ook andersoortige beelden als cartoons, foto's van schilderijen en gravures, Koranteksten, stils uit film of televisieseries.

#### Referenties

- Barthes, R. (1961|1983), 'The Photographic Message', in: S. Sontag (ed.), *Barthes, selected Writings*: 194-210.
- Berkers, M., e.a. (2013), *Schiphol megastructuur. Ontwerp in spectaculaire eenvoud. Boekman 63. Fotografie*, 17 (2005).
- Dijksterhuis, A. (2007), *Het slimme onbewuste. Denken met gevoel*.
- Frijhoff, W. (1998), *Heiligen, idolen, iconen*.
- Haijtema, A., 'Sterren in het fotoheelaal. De Schallmaier-index. Het fotoaanbod van één dag', in: *de Volkskrant*, 29.03.2014: 25.
- Kleppe, M. (2013), *Canonieke icoonfoto's. De rol van (pers)foto's in de Nederlandse geschiedschrijving*.
- Mare, H. de (2005), 'Welsprekende waarschijnlijkheid. Het misplaatste moralisme in het Nederlandse documentaire debat naar aanleiding van FORD TRANSIT (2002)', in: *E-view*, 1-82.
- Mare, H. de (2012), *Huiselijke taferelen. De veranderende rol van het beeld in de Gouden Eeuw*.
- Mare, H. de (2013a), '[Schiphol als Hollandse luchthaven in de Nederlandse persfotografie](#)', in: M. Berkers e.a.: 286-297.
- Mare, H. de (2013b), '[Hoe de historische verbeelding maatschappelijk vorm krijgt](#)', in: *Tijdschrift voor mediageschiedenis* 16 (2013)-2: 77-80.
- Mare, H. de, B. Mali, M. Bleecke en G. Van den Brink (2014), *Beeld van gezag bij de politie. Maatschappelijke verbeelding en de impact van gezagsbeelden op burgers* (Politie & Wetenschap).
- Meijer, E. & J. Swart (1987), *Het fotografische geheugen. Twaalf kenners over persfotografie*.
- Rose, G. (2012), 'Content Analysis: counting what you (think you) see', in: G. Rose, *Visual Methodologies. An Introduction to Researching with Visual Materials*, 81-104.





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. Anthonie 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 Makhloufi & Harrie Teunissen**, 'De hadj naar Mekka (1). Een reis met een lange geschiedenis' **PDF-9**
10. **Abdel El Makhloufi & 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 multimedialkunst' **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**, 'Altaïr 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 Poitier 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. Vooralsnog 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'.