

BLIKVANGER

Een blikvanger. Dat is toch wel het minste wat je van de advertentie van de Antonie van Leeuwenhoek Foundation kunt zeggen. De foto van de stoer en vastberaden voor zich uitkijkende, van een hoofddoek voorziene vrouw verwacht, omdat zij bij de goegemeente ingeroeste ideeën over moslima's als gedwee achter man en imam aanlopende wezens tart.

10 Charity Awards

Winnaar NRC Charity Award

IK BEN TEGEN GELIJKE BEHANDELING

Kanker. Het is nu vaak een doodstraf. Maar er is een uitweg. Kanker is een onsporing van het DNA. Ieder mens is uniek en elke tumor is anders. Kortom, geen twee kankers zijn hetzelfde. Als we iedere kankerpatiënt met een op maat gemaakte therapie zouden kunnen behandelen, zijn de meeste kankervormen waarschijnlijk niet meer dodelijk.

Een doorbraak. Voor het eerst in de geschiedenis hebben we de kennis en de technologie om kanker te reduceren tot een chronische ziekte of zelfs te genezen. Nu moeten we alles op alles zetten om deze persoonlijke behandeling voor de kankerpatiënt van morgen mogelijk te maken.

Het enige wat nog ontbreekt is geld. Als iedereen in Nederland een bijdrage levert, kunnen we kanker persoonlijk gaan aanpakken. De doorbraak begint met 1 euro. En de koprengst gaat rechtstreeks naar het Antoni van Leeuwenhoek.

HELP HET ANTONI VAN LEEUWENHOEK

- * Streekt voor 1 euro: **DOORBRAAK** naar 4333
- * Gaaf nu: antoni.vanleeuwenhoek.nl
- * Gaaf nu rekeningnummer: **IBAN NL 26 RABO 0302 9009 00**
- * Kv. Abelen van Leeuwenhoek b.v. Oudegrade 16342

Advertentie van de **Antoni van Leeuwenhoek Foundation**, ontworpen door bureau **TBWA\Neboko Downtown**

Antonie van Leeuwenhoek en de moslima

[Leo van Bergen](#)

Maar is het wel een moslima? Of is het gewoon een willekeurige vrouw die toevallig een keer een hoofddoek draagt? En als zij wél een moslima is, loopt zij dan inderdaad gedwee achter man en imam aan, of heeft zij, zoals veel moslima's zeggen, bewust voor de hoofddoek gekozen zonder enige dwang van wie dan ook? Daarmee zou de moderne moslima perfect passen in de huidige wereld waarin alles een vrije keuze lijkt te zijn en

waardoor de toch echt grote verschillen in gemiddelde keuze tussen bepaalde bevolkingsgroepen tot toeval worden gedegradeerd.

Maar stel dat zij inderdaad een moslima is, hoe is dat te rijmen met de zeker zo provocerende tekst eronder: “Ik ben tegen gelijke behandeling?” Zou niet juist een moslima, vanuit haar gemiddeld genomen maatschappelijk achtergestelde positie – of die hoofddoek nu een vrije keuze is of niet – doorgaans niet juist oproepen tot wél gelijke behandeling?

Het dwingt de kijker de kleine lettertjes te lezen die eronder staan. Die blijken niets met politieke dan wel religieuze discriminatie te maken te hebben, maar zijn een reclamepraatje voor een revolutionair genoemde doorbraak op het gebied van kankerbestrijding: de persoonlijke aanpak, ofwel: de ‘ongelijke’ behandeling. Aha, geen moslima dus. Of althans, niet per sé. Schuilt onder de doek een hoofd ontdaan van haren? Moet die doek de grote nadelen van de ‘ouderwetse’ chemotherapie verbeelden?

In de kleine lettertjes wordt in goed medische traditie alvast voorspeld – nee, toegezegd – dat met een dergelijke aanpak “de meeste kankervormen straks niet meer dodelijk zijn”. Het enige wat nodig is, is geld – die eeuwig en altijddurende oplossing voor al uw problemen. Of dat allemaal klopt is ten tweede, maar het is in ieder geval duidelijk.

Problematischer is dan ook hoeveel mensen inderdaad die kleine letters lezen. Welk beeld beklijft bij degenen die dit niet doen? Of, als ze wel worden gelezen, worden de woorden geassocieerd met het erbij geleverde beeld? Zenden beeld en tekst eenzelfde signaal uit? Ik heb mijn twijfels. En als de letters wel worden gelezen, wordt dan door de gemiddelde lezer-kijker de klaarblijkelijk beoogde link ‘kanker – hoofddoek – kaal hoofd’ ook gelegd? Maakt het beeld het verhaal niet alleen nog verwarrender? De bedoeling achter de tekst “Ik ben tegen gelijke behandeling” zal na het lezen van de kleine letters voor de meesten wel duidelijk zijn, maar het daarbij geplaatste beeld van een stoere hoofddoekdraagster blijft wringen.

In het huidige tijdsgewricht staat ‘hoofddoek’ voor ‘moslima’ en de vraag zal worden wat een op het oog gezonde moslima met kankerbestrijding te maken heeft. Worden hier geen verschillende voorstellingen opgeroepen? Het beeld met chocoladeletter-tekst straalt de boodschap uit van een moslima die zich beter vindt dan anderen, wat staat tegenover de in de kleine letters vervatte boodschap dat een persoonlijke behandeling de kankerbestrijding vooruit helpt.

Als na langdurige bestudering de zeggingskracht van de verschillende dimensies in beeld en tekst nog niet duidelijk is, hoe zit dat dan met hen die de advertentie slechts een vluchtige blik waardig achten – wat, naar ik vrees, voor veruit de meesten het geval zal zijn? Het reclamebureau zal er vast en zeker een prachtige filosofie bij hebben bedacht, maar die is helaas niet bijgeleverd.

Afbeelding afkomstig uit *NRC Handelsblad*, 19 september 2013



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 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). Hady als spirituele ervaring' **PDF-10**
11. **Abdel El Makhroufi & 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'.