

# KERK & Leven

## 12 DOSSIER WAAROM DE KERK CONGO NIET IN DE STEEK LAAT

Belgische strijdkrachten leveren hulpgoederen van meerdere ngo's af, ook voor Vlaamse zusters in Kisantu

NR. 16 | WEEKKRANT | 21 APRIL 2010 | JAARGANG 71 | WWW.KERKENLEVEN.BE

## Religieuze symbolen misbruikt

Erfgoeddag *Fake?* onderscheidt echt erfgoed van nep. KADOC belicht religie in reclame

- ▶ En leidt ons in bekoring toont het gebruik van religieuze beelden en symbolen in reclame
- ▶ Reclamemakers willen meestal niet choqueren, maar zoeken sterke symbolen in ons collectief geheugen

Jozefien VAN HUFFEL

Een colafles met een aureool boven de kroonkurk. Radiozender Klara die Judas bedankt voor de mooie muziek geïnspireerd door Christus' lijdensverhaal, of de kernwoorden van de eucharistie die gevolgd worden door telefoongerinkel en de mededeling dat je een gsm kunt winnen door hamburgers te eten. Religieuze teksten, rituelen en symbolen duiken geregeld op in reclame.

„Sinds in 2000 onze aandacht werd getrokken door een lingierereclame met een appel en een slang, houden we dat soort reclames bij”, vertelt Luc Vints van het Katholiek Documentatie- en Onderzoekscentrum voor Religie, Cultuur en Samenleving (KADOC) in Leuven. De Erfgoeddag van dit jaar, met als thema *Fake?*, bleek een puike gelegenheid voor een tentoonstelling van meer dan vijftig religieus geïnspireerde campagnes uit de voorbije twintig jaar. Luc Vints: „Het gaat immers over oneigenlijk gebruik van figuren en symbolen.”

Sommige producten worden bewust aan religie gekoppeld, denk maar aan paterskaas of trappist. De rustieke abdij of de glimlachende pater in zo'n advertentie is in principe dan ook niet vals. „Soms is de relatie tot die abdij echter volstrekt fictief”, vertelt

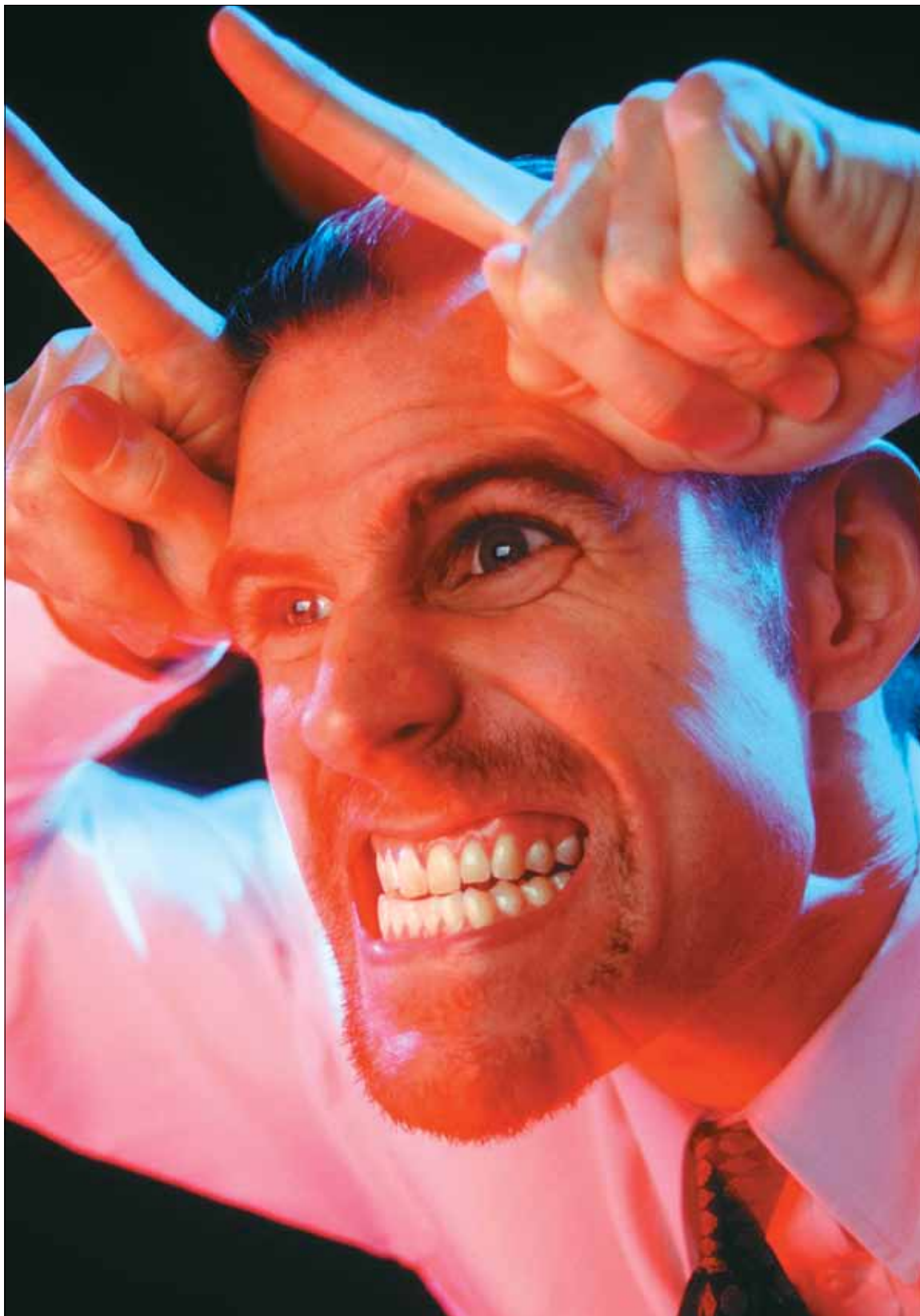
KADOC-medewerker Roeland Hermans. „De kaas Père Joseph zou bijvoorbeeld verwijzen naar een Franse zeventiende-eeuwse kapucijner monnik, ook nog eens de biechtvader van kardinaal Richelieu. Dat lijkt me sterk.”

Elders worden priesters, zusters en paters vaak heel stereotiep afgebeeld, met lang gewaad, boord of enorme kap. „Zo kom je ze in het straatbeeld niet meer tegen”, lacht Hermans. „Dergelijke reclames zijn humoristisch bedoeld en meestal blijven ze onschuldig.” Zo toont Geena Lisa in een publiciteit voor olijfolie van Oxfam de rode pumps onder haar habijt en trekt de knappe man die in de spot voor Coca-Cola Light uit de zee stapt, plotseling ouderwetse priesterkleren aan.

**„Een religieus beeld is voor reclamemakers onschuldig, maar niet voor de gelovigen”**

Bijbelse figuren zoals Adam en Eva worden herleid tot personages uit een bekend boek, de hemel tot decor. „Wij zien meteen het religieuze aspect in een publiciteit, maar ik denk niet dat reclamemakers bewust het verband leggen, laat staan de consument”, meent Vints. „Er wordt gewoon gezocht naar krachtige beelden of symbolen die iedereen herkent, omdat ze in onze cultuur ingebakken zitten. Het katholieke geloof heeft die symbolen.”

Zo is een mannenstem met een galmende klank voldoende om een viering in een kerk op te roepen, en bij een vrouw met een baby op de arm denken we snel aan Maria. Roeland Hermans: „Zelfs



Een kind herkent dit als een duivels personage, maar wie denkt aan de Satan uit de Bijbel? © Corbis

een gebruik dat eigenlijk uit de tijd is, zit nog in ons collectief geheugen en roept daarom veel op. Een kind in bidhouding naast zijn bed bijvoorbeeld.” Net daarom wordt in reclame eerder zelden verwezen naar andere religies. Slechts de lotushouding van het hindoeïsme en het boeddhisme wordt af en toe gebruikt.

Hoewel reclamemakers meestal niet willen choqueren, onder-

schatten ze soms wat een beeld voor gelovigen betekent en leidt een advertentie of spot wel eens tot een rel. „Vooral wanneer de kern van het geloof wordt geraakt, de kruisdood of het Laatste Avondmaal”, weet Roeland Hermans. „Zo was er een modecampagne die *Het Laatste Avondmaal* van Leonardo Da Vinci vrouwelijkte. In Milaan werd die campagne verboden. En ook de

hosties met de afbeelding van Goedele Liekens waren voor gelovigen meer dan een brug te ver.”

Info over de Erfgoeddag op 25 april 2010 vindt u op [www.erfgoeddag.be](http://www.erfgoeddag.be) of via 02 213 10 81 • *En leid ons in bekoring* is van 25 april tot 19 juni te bezoeken in het KADOC, Vlamingenstraat 39 in Leuven. Meer info op [www.kadoc.kuleuven.be](http://www.kadoc.kuleuven.be) of via 016 32 35 00.