

Traditionele media buigen tijdens de ramadan steeds dieper voor de islam

Posted on 19 februari 2026 by Benno de Jongh

De ramadan is voor moslims een tijd van bezinning, dankbaarheid en verbinding. Voor de journalistiek lijkt de jaarlijkse vastenmaand vooral een periode om nog een stukje dieper te buigen voor de islam dan normaal. De maand is amper begonnen of de 'ramadan-journalistiek' draait alweer op volle toeren.

Je kunt er de klok op gelijkzetten. Terwijl andere religieuze groepen hun heilige dagen in alle rust kunnen vieren – zo was er nauwelijks aandacht voor de katholieke Aswoensdag en het Chinees Nieuwjaar – zijn journalisten een maand lang kind aan huis bij de islamitische gemeenschap. Ze doen zich tijdens de vele iftars en het afsluitende Suikerfeest tegoed aan dadels, harira en andere lekkernij. Journalisten melden zich in dusdanig grote hoeveelheden aan de poorten van zalencentra en moskeeën dat je bijna begint te denken dat ze thuis te weinig te eten krijgen.

NRT spant de kroon

Ramadan is de heilige maand voor moslims, maar lijkt dat ook voor de publieke

omroep te zijn. De taakomroep *NTR* spant de kroon met liefst zes programma's op verschillende kanalen. In de woorden van de NRT: '*Suhoor Stories* is dé dagelijkse ramadanradioshow waarin saamhorigheid centraal staat. In *Iftar Around The World* reist regisseur Hassnae Bouazza langs plekken waar de ramadan een eigen kleur en betekenis krijgt. *Ramadan Bites* serveert dagelijks korte video's op Instagram, WhatsApp en TikTok. In *Spill the Tea* delen Nora Akachar en haar vriendinnen persoonlijke verhalen over het leven van alledag. *All You Can Eid* is een warm en spannend verhaal over familie, veerkracht en de betekenis van samen vieren.'

Verder is de *NTR* verantwoordelijk voor *Schooltv*, het platform dat veel docenten gebruiken tijdens hun lessen op basisscholen en het voortgezet onderwijs. Zeker tijdens de ramadan kunnen we geen kritische noot over de islam verwachten, of zoals de NTR het zelf beschrijft: '*Schooltv* laat zien wat de ramadan inhoudt en waarom deze maand zo bijzonder is. Leerlingen ontdekken wat vasten betekent, wat suhoor en iftar zijn en hoe moslims wereldwijd de ramadan beleven.'

De *NTR* zegt te streven naar het maken van 'inspirerende programma's die een bijdrage leveren aan persoonlijke groei én onderlinge verbinding'. Je vraagt je toch af hoe bijvoorbeeld gevluchte Iraniërs, slachtoffers van eerwraak en afvalligen kijken naar de propaganda die de publieke omroep over hen uitstort? Of het merendeel van de Nederlanders (60 procent) die de islam niet bij de Nederlandse samenleving vindt passen. Natuurlijk, je *hoeft* er niet naar te kijken – en dat doen doorgaans dan ook niet al teveel mensen. Meebetalen daarentegen dat zult u wel, of u het nu leuk vindt of niet.

NOS denkt met moslims mee

Ook de NOS zal deze ramadan weer een leger verslaggevers, cameraploegen, schrijvende journalisten en deskundigen inzetten om de islam van z'n mooiste kant te laten zien. Op de site van de *NOS* verscheen bij wijze van voorproefje al een soort theologische verhandeling over de vraag wanneer de ramadan begint. Het artikel is vergeven van empathie voor islamieten die met deze onzekerheid te kampen hebben: 'Door de openlijke afwijzing door de imams van de Saudische lijn is met name onder Marokkaanse Nederlanders onduidelijkheid ontstaan over wanneer ze aan de ramadan moeten beginnen. Ook binnen families kan het tot problemen leiden. Volg je de lijn van je eigen moskee of sluit je je aan bij familie of vrienden die mogelijk een andere datum hanteren?'

NRC zet bekeerlingen in het zonnetje

Ook de schrijvende pers laat zich niet onbetuigd als het gaat om de ramadan-verheerlijking. Zo komt *NRC* met een meerdelige reportageserie over de Nour al Houdamoskee in Arnhem-Zuid. In het voorlopig laatste deel wordt een paar bekeerlingen gevraagd wat de islam ze zoal gebracht heeft. In een uitgelichte quote lezen we: 'Sam Zwiep (23) vastte een dagje mee, vond de moskee gezellig en bekeerde zich tot de islam.' In het artikel staat de volgende passage: 'Heeft Mairon (24) weleens getwijfeld aan het besluit moslim te worden? 'Nee, nee', zegt hij meteen. 'Dit is iets wat je zo sterk in je hebt, niemand zal je aan het twijfelen brengen.' In hetzelfde artikel zegt bekeerling Stephan Braad (37): 'Als de maatschappij gaat bepalen hoe jij je leven moet leiden, wordt het een heel saaie boel.'

De auteur van het *NRC*-stuk, zelf moslima, verkoopt de islam opzichtig als een hippe, gezellige en eigenwijze religie, waarvan de schoonheid boven elke twijfel verheven is. We lezen verder: 'De islam kent geen ceremonie, zoals de doop. Als de 14-jarige jongen overtuigd is en er geen sprake is van dwang, spreekt hij de geloofsgetuigenis uit, de *shahadatain*. Daarmee getuigt een bekeerling dat er geen godheid is behalve Allah en dat Mohammed zijn boodschapper is. De jongen glimlacht verlegen en zegt: 'Ik voel me hier op mijn plek.'

Trouw wil begrip voor islamitische cultuur en religie

In *Trouw* lezen we voor de verandering een tamelijk genuanceerd artikel over de verlichting in de Kanaalstraat in Utrecht, waar bezoekers een 'Fijne Ramadan' wordt toegewenst. In het stuk komen ook kritische geluiden over de promotie van de vastenmaand in de publieke ruimte aan bod, alsmede de commerciële motieven. Des te vreemder is het dat dezelfde krant in het hoofdredactioneel commentaar een dag later een uitgebreid pleidooi houdt waarin het gezamenlijk rapport over moslimdiscriminatie van het ministerie van Sociale Zaken en het Turkse Presidium voor Godsdienstzaken Diyanet wordt gekoppeld aan de Kanaalstraat.

'Wat nodig is, is allereerst erkenning dat islamitische jongeren last hebben van discriminatie die hen treft. Zij vragen om een eerlijk speelveld op school, bij stages en bij sollicitaties, waar ruimte en begrip is voor hun cultuur en religie. Hoe de

commercie de ramadan ontdekt heeft en winkelstraten inmiddels de vastenmaand vieren, zou weleens een positief voorteken kunnen zijn.' Aldus de hoofdredactie van *Trouw*, die amper lijkt te kunnen wachten tot de publieke ruimte geïslamiseerd is.

Bij het AD houden ze van de islam

Van alle kranten is het *AD* toch wel de kampioen als het gaat om het knuffelen van de islam. Vorig jaar verschenen in die krant zo'n 150 artikelen en ook dit jaar gaan alle remmen los. De teller staat al op vele tientallen stukken, nog voordat de maand überhaupt is begonnen. Neem bijvoorbeeld het artikel 'Ramadan in Almere: hier kan je terecht voor je inkopen'. Dat is feitelijk een online reclamefolder, met teksten als 'In de Bottelaarpassage vind je deze minimarkt met een selectie van producten uit onder andere Midden-Oosterse keukens. Perfect voor dadels (een klassieker tijdens iftar), bijzondere meelsoorten of kruiden.'

De vraag is voor wie deze artikelen zijn bedoeld. Moslims weten vast wel waar ze hun dadels kunnen kopen. En niet-moslims hoeven dat niet te weten. Toch, *AD*?

In een ander artikel met de kop 'Scherper denken, betere bloedwaarden: hoe vasten volgens artsen gezond kan zijn' wil het *AD* ons met behulp van 'twee medische experts' wijsmaken dat een maand lang 's middags niets eten en je 's avonds volproppen met zoetigheid en vettigheid ontzettend gezond is. Het lijkt erop alsof het *AD* degenen die nog twijfelen of ze zich willen bekeren tot de islam over de streep wil trekken met medische onzinverhalen. Iets anders valt er niet van te maken.

In de bijdragen van de traditionele media vallen veelvuldig de woorden 'verbinding', 'bezinning' en 'ontmoeting'. Wie niets zou weten over vrouwenbesnijdenis, homohaat, Jodenhaat, eerwraak, aanslagen et cetera, en slechts de vaderlandse pers tot zich zou nemen, zou denken dat de islam de oplossing is voor al het wereldleed. Als iets opzichtig en veelvuldig wordt aangeprezen, dan weet je bijna zeker dat er iets mis mee is, luidt een oude wijsheid.

Commerciële of ideologische motieven?

Dat redacties dol zijn op agenda-journalistiek en het herhalen van jaarlijkse verhalen in een nieuw jasje, is maar een klein deel van de verklaring voor de blinde

verering. Ook commerciële motieven lijken uit den boze, want jonge moslims kijken geen tv en oudere moslims geen Néderlandse tv. Kranten lezen ze niet. Dan moeten we constateren dat de ramadan-promotie vooral dient als smeermiddel richting het progressieve deel der autochtone natie. Maar die mensen zullen zo zoetjesaan toch ook weleens genoeg krijgen van de islam-propaganda en de ramadan-stortvloed?

Clickbait of niet, commerciële motieven kunnen niet de volledige verklaring zijn voor de stroom aan ramadan-ramsj. De heiligverklaring van de vastenmaand moet vooral worden gezocht in de ideologische kleur van redacties. Binnen het simplistische goed-fout-schema van links-progressieve, groepsdenkende journalisten behoort de islam nou eenmaal tot de goede kant van het spectrum. Daarnaast krijgen door het toenemende diversiteitsbeleid binnen de journalistiek moslims een steeds luidere stem op redacties. Een deel van hen kan zo onweersproken de eigen religie promoten.

Bij het *AD* is er gezien de eindeloze stroom aan artikelen nog iets anders aan de hand. Daar komen niet de redacteuren zelf met ideeën voor onderwerpen, maar wordt het van bovenaf gedicteerd. Het kan bijna niet anders dan dat de islam-promotie wordt verordonneerd door de hoofdredactie of zelfs door de Belgische bazen van DPG Media.

Religie is niet langer een privézaak

Nog niet zolang geleden was religie in hoofdzaak een privéaangelegenheid voor Nederlanders. Iets waar we elkaar vrij in laten en waarmee we niet te pas en te onpas willen worden geconfronteerd. De afspraak is dat we met z'n allen religie zoveel mogelijk buiten de publieke ruimte houden. Je zou dat kunnen uitleggen als de pragmatische Nederlandse versie van de scheiding van kerk en staat.

Gelovigen hebben daarbij een eigen verantwoordelijkheid en dat ging decennialang behoorlijk goed. Dat was buiten de islam gerekend, die aan Nederlandse tradities weinig boodschap heeft. Het valt niet te ontkennen dat deze religie zich steeds vaker opdringt, zowel in het dagelijks leven als in de media. Intussen schrijven journalisten, terwijl ze hun buikje voleten, maar weer eens het zoveelste verhaal over hoe de islam iedereen verbindt en verzoent.

Nog maar een maandje ramadan, dan zijn we er vanaf. Dan begint de normale kritiekloze journalistiek over de islam weer.

Dit is het negentiende deel uit een serie van Benno de Jongh over de (zelf)islamisering van Nederland.

***Wynia's Week** brengt broodnodige, onafhankelijke berichtgeving: drie keer per week, **156 keer per jaar**, met artikelen en columns, video's en podcasts. Onze donateurs maken dat mogelijk. Doet u (weer) mee? Hartelijk dank!*