

geijkte rolpatronen



'Kleine merken lijken sneller aan te voelen dat de markt verandert'

houden adverteerders genderstereotypen eerder in stand dan dat ze deze uitdagen of veranderen."

Minder stereotypen

Toch is het niet alleen kommer en kwel. Nichemerken durven namelijk wel vaker af te wijken van traditionele rolpatronen. Zo richten steeds meer huidverzorgings- en reinigingsproducten zich expliciet op mannen. Bellet: „Kleine merken lijken sneller aan te voelen dat de markt verandert en dat mannen in hun koopgedrag op sommige punten dichterbij vrouwen komen."

Wat ook een verschil maakt, zo ontdekte de onderzoeker: leiderschap. Merken met minstens één vrouwelijke oprichter maken minder gebruik van stereotiepe mannelijke beelden en zorgen vaker voor een evenwichtige representatie van vrouwen.

Nog iets positiefs: Bellet constateert dat de hoeveelheid stereotiepe beelden sinds 2017 licht daalt. Hij denkt dat dit komt door maatschappelijke veranderingen in hoe we naar de beelden van mannen en vrouwen kijken, mogelijk versterkt door bewegingen zoals #MeToo.

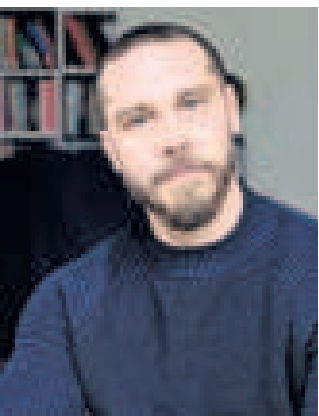
Van de buis

In het Verenigd Koninkrijk zijn ze al een stap verder. Daar geldt sinds 2019 een verbod op stereotyperende genderbeelden in reclames. Enkele spots, onder meer voor smeerkaas en auto's, zijn daar om die reden van de buis gehaald.

Of zo'n verbod ook in Nederland zinvol is, durft Bellet niet te zeggen. „Het is lastig te handhaven en moeilijk objectief vast te stellen wanneer een advertentie stereotiep is. In het VK zijn uiteindelijk maar een paar reclames verboden. Merken vinden manieren om de regels te omzeilen, wat laat zien hoe moeilijk streng toezicht in de praktijk is."

Bellet is in elk geval blij dat de maatschappelijke aandacht voor de verbeelding van gender toeneemt. „We hebben uitgebreide regelgeving om discriminatie op de werkvloer tegen te gaan en gelijke behandeling te waarborgen, maar voor hoe mannen en vrouwen in reclames worden neergezet, bestaat nauwelijks beleid", besluit hij. „Het is belangrijk dat daar meer aandacht voor komt."

Onderzoeker Clément Bellet: „Idee van 'normaal' sluit niet altijd aan bij het echte leven."



Universiteit van Nederland legt uit

'Voor snelle ijsgroei moet je vooral koude bodem hebben'

Schaatsen op natuurijs wordt steeds zeldzamer. Aardwetenschapper Mark van der Meijde van de Universiteit Twente onderzoekt hoe natuurijs sneller kan ontstaan, zelfs als het nauwelijks vriest.

FOTO CASPAR HURDEMAN



Welke opbouw weert als beste aardwarmte?

kleine proefijsbanen van twee bij twee meter. Aan de bovenkant lijken ze hetzelfde, maar ondergronds verschillen ze in opbouw. „Zo testen we welke opbouw de aardwarmte het beste tegenhoudt en welke baan het snelste ijs oplevert", licht Van der Meijde toe.

Isolatie speelt een belangrijke rol. In het onderzoek wordt schuimbeton gebruikt, een materiaal dat de baan goed isoleert. Metingen laten zien dat het schuimbeton tot ongeveer zes graden verschil kan maken. „Daardoor weren we veel warmte en kan ijs sneller ontstaan", zegt Van der Meijde. Maar je moet een baan niet te goed

isoleren. Want isolatie werkt twee kanten op: warmte uit de bodem blijft buiten, maar warmte die al in de baan zit, moet ook weer weg kunnen. Daarvoor experimenteert Van der Meijde ook met kleuren. Een witte laag kaatst zonlicht terug en blijft overdag koel, terwijl een zwarte laag warmte opneemt maar 's nachts sneller weer kwijt kan. „Daar moet je een goede balans in vinden", zegt de aardwetenschapper.

Het onderzoek gaat dus niet om harder vriezen, maar om slimmer omgaan met kou. Zo kan schaatsen op natuurijs hopelijk blijven bestaan.

■ Heeft u ook een vraag aan onze wetenschappers? Mail naar vraag@universiteitvannederland.nl

▶ **Kijk op de site bij /wetenschap**

DE UITVINDING

Draai-droogmolen

New Scientist-hoofdredacteur Jim Jansen bespreekt uitvindingen. Deze keer: **SpeedDryer Elektrische Droogmolen.**

Geregeld krijg ik tips van lezers, zoals deze van een student politologie uit Leiden. Die draagt graag schone en vooral droge kleding, maar is ook begaan met onze planeet. Daarom droogt hij zijn onder-

broeken, sokken en shirts niet in een standaard wasdroger die gemiddeld 309 kWh per jaar verbruikt, maar op een SpeedDryer. Dat is een standaard droogrek met een motortje dat het geheel laat ronddraaien.

Bedenkers Kim Hijkamp en Ans Clement werkten bijna tien jaar aan de ontwikkeling ervan. Het opzetten en uitvouwen van de SpeedDryer van 112 x 112 cm is binnen een mi-

nuut gepiept. Hij maakt een zacht zoemend geluid dat doet denken aan een ventilator. In iets minder dan twee uur is de was kastdroog. Een stuk sneller dan een ouderwets rek en veel zuiniger dan de elektrische droger. De stroomkosten komen

op circa 5 eurocent per droogcyclus. Mocht je hem vergeten uit te zetten, dan stopt-ie automatisch na vier uur draaien. Gebruikers zijn enthousiast en Hijkamp en Clement ontvingen er de Wubbo Ockels Innovatieprijs voor.

