

Masterthesis 2010 – 2011 / 2011 - 2012, DEFINITIEVE versie december 2011

Master Media & Journalistiek

Specialisatie Media en Maatschappij

Erasmus Universiteit Rotterdam – Erasmus School of History, Culture and Communication

Inleverdatum: 01-12-2011

Titel:

Sarah Palin: conservatieve politica en/of liefhebbende moeder?

Een foto-onderzoek naar Sarah Palin in Amerikaanse en Nederlandse media in de periode januari 2009 tot en met januari 2011.



Student:

Charly Rozenberg, 295682

Begeleider:

Drs. Louis Zweers

Tweede lezer:

Dr. Bernadette Kester

Studentgegevens

Charly Rozenberg, C.P.

Studentnummer: 295682

Geboortedatum: 29-11-1984

Wijnbrugstraat 705

3011 XW Rotterdam

06 – 18 46 31 70

charles.pieter@gmail.com

Alle foto's die gebruikt zijn in deze scriptie worden met hun bronnen vermeld in Bijlage 1. De bronnen van de foto op de voorpagina en afbeelding 1 worden vermeld in de bronvermelding.

Inhoud

Hoofdstuk 1: Inleiding	6
1.1 Opzet	10
1.2 Indeling	10
Hoofdstuk 2: Sarah Palin & de Tea Party Movement	11
2.1 Sarah Palin – Een korte biografie	11
2.2 Geschiedenis Tea Party movement	13
Hoofdstuk 3: Theoretische kader	15
3.1 Beeldvorming	15
3.2 Mediahype	17
3.3 Iconografie	20
3.4 Personalisering door de foto	23
3.5 Semiotische analyse: Studium & punctum	26
3.6 Behandeling van foto's door redacteurs	27
Hoofdstuk 4: Probleemstelling	29
Hoofdstuk 5: Methode	30
5.1 Inleiding	30
5.2 Directe en indirecte analyse	30
5.2.1 Directe analyse	30
5.2.2 Indirecte analyse	30
5.3 Codeerschema	31
5.4 Kwantitatief onderzoek	33
5.4.1 Foto's	33
5.4.2 Onderzoekperiode	33
5.4.3 Kranten en magazines	33
5.4.4 Onderwerp van foto	34
5.5 Kwalitatief onderzoek	35
5.5.1 Poses, gezichtsuitdrukkingen, kledingstijlen, camerapunten	35
5.5.2 Teneur	36
5.5.3 Mediahype	37
5.5.4 Foto-iconen	37
5.5.5 Personalisering	38

Hoofdstuk 6: Kwantitatieve analyse	39
6.1 Hoeveelheid foto's	39
6.2 Type en soort foto's	40
6.3 Herkomst foto's	41
6.4 Plaatsing van foto's in de krant	43
6.5 Grootte van de foto's	44
6.6 Onderwerpen van foto's	46
6.9 Uitkomst kwantitatieve analyse	48
Hoofdstuk 7: Kwalitatieve analyse	49
7.1 Poses, Gezichtsuitdrukking, Kledingstijl, en Camerastandpunt	49
7.1.1 Poses	49
7.1.2 Gezichtsuitdrukking	50
7.1.3 Kledingstijlen	51
7.1.4 Camerastandpunten	51
7.2 De teneur van foto's en de teneur van foto's in combinatie met tekst	52
7.2.1 De teneur van foto's	52
7.2.2 De teneur van foto's in combinatie met tekst	54
7.3 NRC Handelsblad	56
7.4 Volkskrant	60
7.5 Newsweek Magazine	65
7.6 New York Times	70
7.7 TIME Magazine	83
7.8 Mediahype	93
7.8.1 November 2009 Sarah Palin – Going Rogue	94
7.8.2 November 2010 Sarah Palin - Realityshow	95
7.8.3 Januari 2011 Sarah Palin - Schietpartij in Tucson, Arizona	95
7.8.4 De mediahype samenvattend	97
7.9 Iconografie	97
7.9.1 Uniek icoon	98
7.9.2 Algemene iconen	99
7.10 Personalisering	104
7.10.1 Foto's en personalisering	105
7.11 Uitkomst kwalitatieve analyse	106

Hoofdstuk 8: Conclusie en discussie	109
8.1 Mediahype	109
8.2 Iconografie	110
8.3 Personalisering	110
8.4 Hoe staat Sarah Palin ervoor?	111
8.4.1 Boodschap van Palin	112
8.4.2 Media en Palin	112
8.4.3 Sentiment in het land	113
8.4.4 Anti-Reactie	113
8.5 Conclusie	114
Hoofdstuk 9: Dankwoord	116
Hoofdstuk 10: Bronvermelding	117
Bijlagen (apart gebonden)	
Bijlage 1 - Codeerschema's met foto's	3
Bijlage 2 - Fotoartikelen gerangschikt per maand	103

Hoofdstuk 1: Inleiding

De Verenigde Staten zijn een land van uitersten. Je bent er dik of dun, rijk of arm, goed of slecht, en bovenal, aanhanger van het linkse of rechtse deel van het politieke spectrum. Waar wij in Nederland een meer partijstelsel hebben, is het politieke veld in de Verenigde Staten op het eerste oog verdeeld in twee kampen, de Republikeinen op rechts en de Democraten op links. Na de overwinning van de democraat Barack Obama in november 2008 waarbij hij de 44^e president van de Verenigde Staten is geworden, lijken de republikeinen een tegengeluid te willen laten horen. Hierbij wordt niets geschuwd om het rechtse geluid te laten horen.

Na de overwinning van de (voor Amerikaanse begrippen) linkse Obama kregen rechtse en conservatieve groeperingen het benauwd. Waar zij onder president Bush nog fel voorstander waren van de overheid, kregen ze het nu benauwd van de hervormingen die Obama aankondigde. Glenn Beck schreeuwde het van de daken dat dit het einde was van Amerika zoals iedereen het kende en de wereld zou vergaan. De staat zou worden omgevormd tot socialistische bemoeistaat en uiteindelijk communistisch worden. Voor alle rechtse groeperingen was dit het moment om samen te komen en om als één groep hun ongenoegen te uitten. Het was voor de Tea Party movement het moment om echt voet aan de grond te krijgen.

De Tea Party movement start in februari 2009, wanneer Rick Santelli zijn ongenoegen uit over de aanstaande plannen van de zojuist geïnaugureerde president Obama en oproept tot een nieuwe Tea Party (Lepore, 2010; p. 3). Binnen een dag ontstonden er mini Tea Parties en uitten ook zij hun ongenoegen over de ingeslagen weg. Vanaf toen hebben zich grote namen aangesloten bij de Tea Party movement, één van de belangrijkste overkoepelende organen, zoals Glenn Beck, Rush Limbaugh en Sarah Palin.

Deze beweging verwijst naar de Boston Tea Party in 1773, toen er heftig werd geprotesteerd tegen de extra heffingen die het Verenigd Koninkrijk had opgelegd op thee die in de Verenigde Staten werd ingevoerd. De onvrede werd zo groot, dat de thee overboord werd gegooid en één van de aanjagers was van de Amerikaanse Onafhankelijkheidsstrijd. Nu was er volgens de grote namen en de vele mensen die de Tea Party ondersteunden weer zo'n moment van opgelegde regels aangekomen. President Obama was de nieuwe vijand met zijn sociale wetgeving en nieuwe belastingen en het volk (de rechts conservatieven) kwam in opstand tegen deze nieuwe belastingen met leuzen als "no taxation without representation" en "revolution is brewing".

De impact werd groter en in 2010, nadat er steeds meer belangrijke personen uit de Republikeinse partij ook voor de Tea Party spraken, bleek de Tea Party ook echt invloed te krijgen. Bij de 2010 congresverkiezingen bleken veel kiezers voor personen die door de Tea Party movement naar voren waren geschoven te hebben gekozen en verloren de democraten hun meerderheid in het congres. De Tea Party movement bleek

in 2010 een echte impact te kunnen creëren, terwijl het niet een echte partij is. Deze beweging vertegenwoordigt mensen die aanhanger zijn van een politieke overtuiging.

Eén van de belangrijkste personen in de race om de macht en die de Tea Party steunt en er ook door wordt gesteund, is Sarah Palin. Zij werd in 2008 als de running mate van toenmalige presidentskandidaat John McCain aangekondigd. Er was veel kritiek, want ze zou te weinig politieke ervaring hebben als gouverneur van het (relatief) kleine Alaska. Vanaf haar eerste optreden presenteerde zij zichzelf echter als de moeder van vijf kinderen die hard werkt en ook nog eens even laat zien dat ze de beoogde vicepresident van de Verenigde Staten kan zijn. Hoewel zij vaak genoeg door de mand viel als het gaat om kennis en mediapresentatie waarbij vaak bleek dat ze niet goed op de hoogte was, genoot ze toch veel aanzien. Direct na de overwinning van Obama kwam de Tea Party movement dan ook als geroepen voor, onder andere, Sarah Palin om als spreekbuis te dienen voor het andere geluid tegen Obama.

In deze thesis wil ik onderzoeken hoe, in de periode van januari 2009 tot en met januari 2011, Sarah Palin in de krant wordt afgebeeld. Hoe heeft een vrouw, waar zoveel kritiek op is geweest en die nog steeds veel kritiek ontvangt, zich toch kunnen manifesteren als boegbeeld van de Tea Party movement.

Relevantie: seksualisering, genderverschillen, politieke kansen

Het is belangrijk om dit onderzoek naar de beeldvorming rondom een vrouwelijke politica te doen. Palin was een verrassing als vicepresidentskandidaat van McCain voor de 2008 presidentsverkiezing, niet alleen omdat het iemand betrof uit de relatief kleine en onbelangrijke staat Alaska, maar ook omdat zij een vrouw is. Palin was de eerste vrouwelijke Republikeinse vicepresidentskandidaat en is daarmee een rolmodel voor de conservatieve vrouw geworden.

Belangrijk vanuit wetenschappelijk oogpunt is dan ook om te zien of er uit de fotoanalyse een verschil is te ontwaren in de verhouding tussen (gender)waarden die als mannelijk dan wel als vrouwelijk worden aangemerkt. Sarah Palin vertegenwoordigt de Republikeinse Partij die zowel mannelijke als vrouwelijke waarden representeert. Enerzijds staan 'harde' mannelijke waarden als (economische) macht, prestige, concurrentie en competitie, carrière et cetera centraal. Anderzijds representeert deze partij traditionele waarden die als het typisch vrouwelijk domein worden gezien, zoals het gezins- en familieleven (en daarmee dus ook heteroseksualiteit). Hoe verenigt Palin als vrouw deze twee gender domeinen? Immers als vrouw zou haar rol zich vooral binnenshuis moeten afspelen en niet in het competitieve en machtsdomein van de politiek.

Maatschappelijk gezien is het juist interessant om te zien hoe Palin zich als een (voor de Republikeinen) nieuw soort rolmodel opstelt. Want ze was ten tijde van de 2008

presidentsverkiezingen gouverneur van Alaska en moest landelijke politieke en Republikeinse belangen verdedigen in haar strijd om het (vice)presidentschap. Ze was een politica. Maar ze heeft ook een groot gezin waarvan ze zelf nooit heeft ontkend dat ze daar ook goed voor wil zorgen. Kortom hoe verenigt ze beide rollen?

Probleemstelling en onderzoeksperspectief

Doel van deze thesis is om te onderzoeken hoe het beeld van Sarah Palin door en in de media wordt gevormd. Ik gebruik hiervoor drie theoretische uitgangspunten: Palin als mediahype, het fotografisch beeld van Palin (Palin als icoon) en de toegenomen neiging van media om de politiek te personaliseren. Met deze drie 'instrumenten' zal de beeldvorming van Sarah Palin als Republikeins politica worden onderzocht.

Een belangrijk aspect in dit onderzoek naar de foto's van Sarah Palin is de aanslag op 8 januari 2011 op de democraat Gabrielle Giffords. De aanslag was het begin van een discussie over de politieke toon van het debat in de Verenigde Staten, waarbij met name Sarah Palin werd aangevallen op haar eerdere uitspraken in de media. Zij zou eerder hebben opgeroepen democraten die voor de nieuwe zorgwet van Obama waren 'te blokkeren'. Sarah Palin vertelde later dat ze daarmee bedoelde dat het volk tegen deze democraten zou moeten stemmen, maar een eerdere afbeelding (zie afbeelding 1) suggereert een andere manier van blokkeren. De media kwamen gelijk na de aanslag met deze afbeelding en begonnen er kritische vragen over te stellen. Wat heeft deze verandering van toon in de media ten opzichte van Sarah Palin gedaan met de beelden die in de kranten verschenen?

Zoals beschreven zal de beeldvorming rondom Sarah Palin worden onderzocht vanuit het perspectief van de vorming van mediahypes rondom de politicus, van iconografie van foto's en personalisering van de politicus. Samen laten ze zien hoe Sarah Palin in het nieuws is gekomen, of bepaalde foto's vaak en prominent zijn gebruikt en of ze een persoonlijke achtergrond van Palin laten zien. Wordt zij door de media als hype neergezet? Worden er door de beelden ook iconen gevormd? En wat voor imago wordt met de beelden geconstrueerd? Belangrijk bij deze beeldanalyse zijn de lead, kop en subkop van het artikel en foto-onderschrift om de context van de foto te complementeren.

Afbeelding 1

SARAH PAC  WWW.SARAH PAC.COM

20 House Democrats from districts we carried in 2008 voted for the health care bill... **IT'S TIME TO TAKE A STAND.**



Vic Snyder — AR-2 	Earl Pomeroy — ND-AL
Ann Kirkpatrick — AZ-1	Charlie Wilson — OH-6
Harry E. Mitchell — AZ-5	John Bocchieri — OH-16
Gabrielle Giffords — AZ-8	Kathy Dahlkemper — PA-3
John Salazar — CO-3	Christopher Carney — PA-10
Betsy Markey — CO-4	John M. Spratt Jr. — SC-5
Allen Boyd — FL-2	Bart Gordon — TN-6 
Suzanne M. Kosmas — FL-24	Tom Perriello — VA-5
Brad Ellsworth — IN-8 	Alan B. Mollohan — WV-1
Baron P. Hill — IN-9	Nick J. Rahall II — WV-2

 Already retiring at the end of their terms. 17 more to go!

Let's take back the 20, together!
JOIN METODAY 

Deze afbeelding laat de 'targets' zien die Sarah Palin heeft geïdentificeerd als voorstanders van de nieuwe zorgwet die Obama heeft voorgesteld.

1.1 Opzet

Om het beeld van Sarah Palin te onderzoeken heb ik een keuze voor verschillende media gemaakt en ben ik binnen deze media op verschillende manieren op zoek gegaan naar artikelen waar een foto van Sarah Palin bij staat. Met de gevonden foto's heb ik, met behulp van vooraf bepaalde criteria, een uitgebreide kwantitatieve analyse kunnen maken. Vervolgens heb ik uit de gevonden foto's een selectie van 28 actiefoto's gemaakt en heb ik deze foto's kwalitatief geanalyseerd. Met de kwalitatieve en kwantitatieve analyse heb ik onderzocht of er mediahypes en iconische foto's te ontwaren zijn. Ook heb ik onderzocht of sprake is van personalisering van de politica en moeder Sarah Palin op de foto's. Met andere woorden, hoe wordt het persoonlijk leven van deze politica op de voorgrond geplaatst in de media? Het doel is om met de resultaten van beide analyses te bepalen hoe Sarah Palin in de onderzoeksperiode in de media is gepresenteerd.

1.2 Indeling

Omdat een onderzoek naar Sarah Palin enige kennis van Sarah Palin en de Tea Party movement vereist, volgen in Hoofdstuk 2 een biografie van Sarah Palin en een korte historische beschrijving van de Tea Party movement.

Zoals in de opzet al besproken zal ik onder andere kijken naar mogelijke mediahypes, iconografie en personalisering van Sarah Palin in foto's met de theorie over beeldvorming als basis. Dergelijke theoretische begrippen verdienen een uitgebreide duiding alvorens het onderzoek kan worden gestart. Hoofdstuk 3 zal deze theoretische kaders van deze thesis bespreken.

Hoofdstuk 4 bevat de probleemstelling, de hoofdvraag van deze thesis, samen met de deelvragen. Deze wordt door hoofdstuk 5 gevolgd met de theorie voor de methode en praktische onderzoeksopzet waarmee ik de foto's zal analyseren.

De hoofdstukken 6 en 7 bevatten respectievelijk de kwantitatieve en kwalitatieve analyse. Deze hoofdstukken behandelen de inhoud van de gevonden foto's en leiden de lezer langs de beelden van Sarah Palin die in de media worden gepresenteerd.

Dit leidt ons tot de conclusie, waarin aan de hand van de theoretische kaders als achtergrond en de uitkomsten van de analyses als middel beschreven kan worden hoe Sarah Palin in de media wordt getoond.

Hoofdstuk 2: Sarah Palin en de Tea Party

Sarah Palin is op z'n zachtst gezegd een bijzondere vrouw, wat de politieke voorkeuren van eenieder ook mogen zijn. Als moeder van vijf kinderen heeft ze een, weliswaar voor Amerikaanse begrippen kleine, politieke carrière (Alaska staat niet hoog aangeschreven binnen de politieke hiërarchie van de Verenigde Staten), ervaring in het bedrijfsleven en weet ze als geen ander te overleven in het roerige Alaska. Ze heeft het uiteindelijk weten te schoppen tot vicepresidentskandidaat. Ze is zo een voorbeeld geworden voor veel mensen in de Verenigde Staten en ze heeft haar ideeën verder uitgedragen in een tweetal memoires die ze in de twee jaren na haar kandidaatschap heeft uitgebracht.

In 2009, toen Barack Obama aan de macht was gekomen, is Sarah Palin, nu een bekendheid voor 'rechts minnend Amerika', een boegbeeld geworden van een nieuwe conservatieve stroming, de Tea Party. Deze beweging zet zich in om gelijkgestemden samen te brengen om hun ongenoegen tegen het Obama beleid te kunnen uiten. De Tea Party en Sarah Palin zijn op dit moment onafscheidelijk met elkaar verbonden. Haar politieke standpunten sluiten naadloos aan op het gedachtegoed van de Tea Party en deze 'movement' wordt door Palin goed gebruikt om zichzelf in het openbaar te kunnen blijven presenteren. Het is voor beide een win-winsituatie. Maar wat is nu eigenlijk die Tea Party en wat is de achtergrond van Sarah Palin? Hieronder volgen een biografische schets van Sarah Palin en een korte geschiedenis van de Tea Party.

2.1 Sarah Palin - Een korte biografie

Sarah Palin, geboren op 11 februari 1964, is een conservatieve politicus met zeer sterke familie normen en waarden. Haar jeugd in Alaska heeft ervoor gezorgd dat ze kan overleven in een omgeving waar je zelfstandig moet kunnen zijn, maar ook samen met anderen moet kunnen werken om te kunnen overleven (James, 2008; p. 38). Samen met haar man heeft ze vijf kinderen en één kleinkind. Ze heeft het weten te schoppen van televisiepresentatrice bij een lokaal tv-netwerk tot de vicepresidentskandidaat van John McCain bij de presidentsverkiezingen van 2008.

Haar politieke loopbaan start zij als burgemeester van een klein slaapstadje genaamd Wasilla. Ze wordt zeer populair en staat steeds meer in de schijnwerpers doordat ze van aanpakken weet, het gevestigde etablissement goed opschud en corruptie aanpakt. Na haar burgemeesterschap is Palin bestuurslid van de 'Alaska Oil and Gas Conservation Commission'. Ook hier pakt ze de zaken aan volgens haar succesvolle manier door de corruptie binnen deze commissie goed aan te kaarten. Ze besluit dat ze in de politiek op staatsniveau dergelijke problemen beter kan aanpakken en ze stelt zich kandidaat als Gouverneur van Alaska. In 2006 werd zij de jongste en eerste vrouwelijke Gouverneur van Amerika. Haar populariteit in Alaska dankt zij vooral aan het feit dat ze

de zaken anders aanpakt dan de gevestigde politici die zij verdrijft. Zij roept een halt tot corruptie en zorgt dat belastingbetaler in het begin minder hoeft te betalen.

De rode draad in haar standpunten is het vaderlandslievende dat zij voor Amerika heeft en het patriottisme dat zij bij alles wat zij doet benadrukt. Haar sterke geloof in god helpt haar daarbij om de vrijheid van de Amerikaanse burgers te waarborgen. Ze hamert er op hoe belangrijk de rechten van de bevolking zijn en wat de plichten van de overheid zijn: zorgen dat Amerikanen in vrijheid kunnen leven (Sarah Palin, 2010). G. Robert James haalt in zijn korte biografische schets een quote aan van Fred Barnes, een Amerikaanse journalist en politiek commentator bij FoxNews, waarin kort en bondig haar standpunten worden opgesomd: 'And just to be clear about her conservatism: Palin is pro-life, pro-gun, pro-military, pro-Iraq war, pro-spending cuts, pro-tax cuts, pro-drilling for oil everywhere (including ANWR), pro-family, and pro-religion' (James, 2008; p. 80).

Als vicepresidentskandidaat kreeg ze vooral veel kritiek op haar gebrek aan internationale politieke ervaring. In interviews kwam ze ook vaak niet goed uit de verf en versprak zij zich vaak. Maar toch stond zij daar naast John McCain, de eerste vrouwelijk Republikeinse vicepresidentskandidaat, en werd zij als voorbeeld gezien voor alle Republikeinse vrouwen. Zelfstandig, moeder van vijf en ook nog eens kandidaat voor de op één na hoogste politieke functie in de Verenigde Staten. Na het verlies van de presidentsverkiezingen waarbij Barack Obama heeft gewonnen, heeft ze niet stil gezeten en is ze een media spektakel begonnen.

Zij heeft in twee jaar tijd twee boeken uitgebracht. Deze boeken zijn een combinatie tussen memoires en een autobiografie en aan de hand van wat zij allemaal heeft meegemaakt bereidt ze Amerika met haar standpunten voor op een mogelijke terugkeer op het hoogste niveau, als presidentskandidaat voor de verkiezingen in 2012.

Vlak na de presidentsverkiezingen in 2008 werd er een beweging gestart die later zou uitgroeien tot de Tea Party movement. De initiators waren geschrokken van de grote overwinning van Barack Obama en wilden een tegengeluid laten horen. In de loop van 2009 werd dit conservatieve geluid luider en vanaf 2010 was de beweging niet meer uit het politieke spectrum weg te denken. Het was de ideale opstap voor Sarah Palin om haar eigen conservatieve geluid aan een zo groot mogelijk publiek te laten horen. En zij, als altijd stralende en piekfijn geklede dame, wordt door de aanhangers van de Tea Party movement gezien als één van hun boegbeelden.

Deze conservatieve vrouw die door velen wordt bekritiseerd om haar uitlatingen en haar politieke opvattingen is immens populair. Is er een verklaring van de populariteit te vinden in de manier waarop zij door de media is geportretteerd?

2.2 Geschiedenis Tea Party movement

Deze thesis is niet compleet zonder een hoofdstuk waarin de opkomst van de Tea Party movement in een historische context kan worden geplaatst. Deze beweging is zeer jong en er is een wildgroei aan organisaties in Amerika die allemaal claimen onderdeel van de Tea Party te zijn of zelfs de claim uiten de enige echte Tea Party te zijn. Ook is het zo dat de aanhangers van de Tea Party movement vaak een verkeerd beeld hebben van de geschiedenis en dat ze de geschiedenis voor eigen gewin gebruiken om hun eigen gedrag en punten te verantwoorden. "No taxation without representation" is zo'n voorbeeld. Het refereert aan de Boston Tea Party, waarbij wetgeving werd geïntroduceerd door een andere macht. Maar zoals Lepore (2010) beschrijft, is deze uitspraak wat onzinnig. Van de mensen die hebben gestemd in de Verenigde Staten heeft een meerderheid gestemd vóór Obama. De vertegenwoordiging was er dus zeker wel voor een dergelijke belastingmaatregel (Lepore, 2010; p. 7). Hoewel deze uitslag ook vertekend is (45 procent van de Amerikanen heeft niet gestemd), geeft het aan dat er gespeeld wordt met geschiedenis. Daarbij wordt door Lepore, maar ook door Milbank (2010) en Amato & Neiwart (2010) de angst beschreven voor president Obama en zijn linkse overheid. Het is de angst van de zwijgende groep (de 45 procent niet-stemmers) die zich nu laat horen, aangemoedigd door de angst dat volgens Glenn Beck de wereld vergaat (Milbank, 2010) en het virulente racisme dat tot uiting kwam na de overwinning van Obama (Amato & Neiwart, 2010; p. 2).

Een beschrijving van de Tea Party zoals die door de ogen van enkele bekende columnisten wordt opgetekend verheldert de gedachtegang van de Tea Party movement en plaatst de foto's die worden gevonden wellicht in een betere context.

Hoofdstuk 3: Theoretische kader

In dit hoofdstuk presenteer ik het theoretische kader van deze thesis. De verschillende theorieën en invalshoeken vormen samen de achtergrond voor de methode en de analyse waaraan uiteindelijk de conclusie gekoppeld kan worden.

3.1 Beeldvorming

Hoe vindt beeldvorming plaats; hoe vormt het kijkers- of lezerspubliek zich een beeld van en een mening over Sarah Palin? Op basis waarvan? Ik zal eerst laten zien hoe beeldvorming tot stand komt. Vervolgens analyseer ik via drie theoretische thema's – de mediahype, de iconografie van foto's en de personalisering van politici - de gepubliceerde foto's van Sarah Palin in de media.

Politici willen door iedereen geliefd worden, maar worden door velen vaak ook tegengewerkt. De politicus moet zich goed presenteren, zodat het beeld dat over hem of haar wordt gevormd, het meest gunstige beeld is. Politici in de Verenigde Staten maken daar een sport van (Cels, 2008). Ze moeten leiderschap uitstralen. Dit doen de door Cels beschreven (vice)presidentskandidaten en hun aanhang bijvoorbeeld door de juiste kledingkeuzes te maken. Strakke blauwe pakken voor de heren, niet te grote juwelen voor de dames. Hun lichaamshouding en hun bewegingen vormen samen het plaatje waarmee de leider kracht kan uitstralen en het vertrouwen van het publiek kan winnen. Maar ook moeten ze laten zien dat ze affiniteit hebben met hun publiek en hun politieke omgeving. Politici moeten een stabiele familie en een goede gezondheid hebben. Ook is het van groot belang dat zij een goed podium hebben met veel symboliek, met bijvoorbeeld veel vlaggen. Als de optelsom van al deze visuele aspecten goed wordt berekend door de politicus en zijn team, dan kan dat de overwinning van de verkiezingen betekenen.

In dit voorbeeld worden veel kenmerken geschetst, zoals het uiterlijk, de kleding, de familie en omgeving, die als natuurlijke beelden worden beschouwd. Immers, iemand die onverzorgd op een podium staat en waarvan men weet dat het een slechte ouder is, zal nooit als betrouwbaar worden gekenmerkt. Hoe wordt dus het beeld van die betrouwbare politicus gevormd?

Om beeldvormen goed uit te kunnen leggen, zijn drie begrippen belangrijk: externalisatie, objectivering en internalisatie. Tennekes (1990) beschrijft met deze drie begrippen het proces waarin een cultuur kan veranderen en waarin mensen een proces van zelfontdekking aangaan.

De eerste stap in het proces is de externalisatie. Hiermee wordt al het handelen van de mens bedoeld (Tennekes, 1990; p. 22). Het maakt niet uit hoe klein of routineus een handeling ook lijkt, alles wat vanuit een persoon tot uiting komt valt daaronder. Zoals de kiezer die laat zien dat hij een voorstander is van een bepaalde politicus, of

zoals de politicus die zich op een bepaalde manier presenteert. Het is volgens Tennekes een 'survival of the fittest'. Welke ideeën redden het en worden door anderen overgenomen en welke ideeën niet? Als het moment juist is en de ideeën van individuen lopen uit tot een trend, en de trend gaat een eigen leven leiden, dan spreekt men ook wel van objectivering. Hoewel iedereen er een eigen interpretatie op na kan en mag houden, is het basisgegeven nu gemeengoed geworden. Samen als groep of als maatschappij volgen we vanuit ons eigen perspectief (externalisatie) een en hetzelfde idee of persoon, door Tennekes objectivering genoemd.

Maar in de loop der tijd kunnen ideeën veranderen. Mensen leven wellicht een ander leven dan twintig jaar eerder en hebben nieuwe mogelijkheden aangegrepen en andere smaken ontwikkeld. Deze cultuurverandering (Tennekes, 1990; p. 24) noemen we internalisatie. Dat betekent dat inzichten waar men mee in aanraking komt zich persoonlijk eigen worden gemaakt. Je verandert door wat je meemaakt in je leven. Met deze nieuwe inzichten uiten personen zich weer op een nieuwe manier (externalisatie) en kan een nieuwe trend worden ontwikkeld die gemeenschappelijk wordt overgenomen en weer een eigen leven kan gaan leiden (objectivering).

Beeldvorming bij Sarah Palin

Wat is dan het proces waarmee het beeld rondom Sarah Palin wordt gevormd? Voordat dat aan de orde is, moet haar positie in de politieke wereld worden beschreven. En volgens Heldman et al. (2010) en Heflick et al. (2011) is dat geen gunstige positie. Zij beargumenteren dat Palin als vrouw letterlijk is geobjectiveerd. Zij is tot object verworden door de nadruk die de media op haar uiterlijk hebben gelegd. Heldman laat zien dat de media haar beschrijven met termen als "sex symbol" en als "babe" en uit hun onderzoek blijkt dat Palin als minder competent wordt beoordeeld doordat er zo over haar uiterlijk is gesproken (Heldman, 2010; p. 150). Hierdoor heeft ze veel stemmen verloren in de presidentsverkiezingen van 2008. Voor mannen maakt het voor hun imago juist niets uit hoe ze worden beschreven in de media.

Heflick et al. (2011) doen daar nog een schepje bovenop. Zij nemen het artikel van Heldman als basis en laten zien dat, extreem gezegd, door de 'pornificatie' van de Amerikaanse media Palin ten prooi is gevallen aan een discourse over vrouwen waarin zij als object worden opgevoerd (Heflick, 2011; p. 157). Media spelen niet meer alleen via magazines met de 'seksuele objectificatie' van vrouwen, maar ook via de nieuwe media zoals het internet en dan vooral via sociale netwerken. 'Sex sells' lijkt het adagium en Heflick et al. laten dan ook zien dat in veel media seksueel getinte beelden worden getoond op tv, in bladen en op het internet (Heflick, 2011; p. 158). Dit blijkt niet voordelig voor vrouwen die als politica aan de slag willen. Het aantal vrouwelijke politici in de Verenigde Staten is aan het stagneren (Heflick, 2011; p. 161).

Juist deze manier van objectivering door de media blijkt ook uit onderzoek van Gill (2007). Zij laat zien dat tienerbladen in de afgelopen jaren steeds meer seksueel getinte afbeeldingen laten zien en dat de jonge lezers anno nu daar ook geen aanstoot meer aan nemen. Het wordt al normaal gevonden. Meisjes krijgen een ideaalbeeld voorgeschoteld waarbij een bepaald type uiterlijk wordt verheerlijkt en ook het krijgen van een vriendje belangrijk is. Verder blijkt dat de magazines voor mannen juist het beeld voorschotelen dat mannen stoer zijn, dat ze belangrijk zijn en dat ze min of meer denigrerend over vrouwen mogen praten. Deze ontwikkeling, hier specifiek gericht op genderverschillen in magazines, laat zien dat er al lange tijd grote verschillen zijn in hoe vrouwen en mannen worden geportretteerd in de media.

Privé en publieke sferen

Kort gezegd, blijkt dat door de externalisatie van media er een trend ontstaan waardoor vrouwen (letterlijk) als (seksueel) object worden gezien en is het principe van de mooie, maar niet competente vrouw, geobjectiveerd. Dit is een lang proces dat al heel lang gaande is en dus op die manier ook weer door velen geïnternaliseerd. Maar hoe wil Palin zich nu presenteren?

Beelden laten een zekere symboliek zien. De symbolen laten verschillen zien tussen mannen en vrouwen, de rolverdeling in wat hoort en wat niet hoort. Deze beelden kunnen als 'symbolische teksten' worden gezien. Symbolische teksten zijn verhalen, figuren, beelden of zelfs schilderijen die door hun voorkomen een duidelijke betekenis krijgen (Elchardus, 2009; 17). Palin, die zich bewust is van hoe de media over haar schrijven (Heflick, 2010; p. 151), heeft in de media ook geprobeerd de objectivering en de symbolische teksten die er al waren te doorbreken. Als vrouw in een door mannen gedomineerde wereld is ze zich extra bewust dat ze ook een moeder is, en zij liet dat al vanaf de start van haar vicepresidentskandidaatschap zien door overal met haar hele gezin in het nieuws te komen. Ook door de geboorte van haar zoontje met het Syndroom van Down en door de geboorte van haar eerste kleinkind tijdens deze aanloop naar de 2008 presidentsverkiezingen was ze genoodzaakt meer van haar privéleven te laten zien. Elchardus beschrijft een dergelijke situatie als een situatie waarin "het priveleven zo groot is dat mensen hun wensen en belangen die vorm krijgen in de privésfeer gebruiken als richtsnoeren voor hun politiek handelen" (Elchardus, 2009; p. 18). Palin heeft er ook nooit een geheim van gemaakt dat ze naast haar gezin bijvoorbeeld ook haar geloof zeer sterk gebruikt in haar politieke leven.

Sarah Palin is vrouw, blank, 'ex-model', aantrekkelijk, moeder en het kopstuk van de Tea Party movement. Vrouwen kunnen zich met haar identificeren. Palin wordt zo een rolmodel. Haar uitspraken maken haar belangrijk, of je het nu wel of niet eens bent met

deze uitspraken. Het is dus interessant om de beeldvorming rondom Palin beter te bekijken. Door middel van de concepten mediahype, iconografie en personalisering zal ik het beeld dat wordt geschetst beschrijven. Juist deze drie concepten, die als deelvragen worden uitgewerkt in de probleemstelling (Hoofdstuk 4), sluiten aan bij de theorie over beeldvorming zoals deze hierboven is beschreven. Wordt Palin vaak in de media geplaatst (mediahype), zijn er bepaalde type foto's vaker te zien dan andere foto's (iconografie) en is te ontwaren hoe ze wordt neergezet (personalisering)? De vele elementen die op de foto's zullen worden ontwaard zullen het verhaal vertellen (Gripsrud, 2002; p. 33) waarmee het beeld van Sarah Palin kan worden geanalyseerd.

In de paragrafen van dit hoofdstuk die volgen zullen de drie concepten mediahype, iconografie en personalisering verder worden uitgewerkt.

3.2 Mediahype

In de onderzoeksperiode van januari 2009 tot en met januari 2011 komt Sarah Palin niet gelijkmatig verdeeld over de tijd voor in het nieuws. Er zijn een paar pieken, bijvoorbeeld wanneer zij haar memoires presenteert. Deze constatering leidt tot het idee dat er wellicht op bepaalde momenten in de onderzoeksperiode 'mediahypes' zijn ontstaan rondom Sarah Palin. Een hype door de media rondom Sarah Palin kan het onderzoek van foto's van Sarah Palin sterker maken. Dit kan doordat er door de mediahype in meerdere mate ook sprake kan zijn van personalisering via de gepubliceerde foto's en van het ontstaan van foto-iconen doordat verschillende media op hetzelfde moment vaker hetzelfde beeld gebruiken.

Peter Vasterman heeft in 2004 met zijn promotieonderzoek uitgebreid onderzoek kunnen doen naar het fenomeen 'mediahype', dat hij met enkele casussen illustreert. Hij probeert daarmee een eerste definitie en enkele criteria te geven waaraan nieuws zoveel mogelijk moet voldoen om de berichtgeving rondom een 'key-event' ook daadwerkelijk een mediahype te laten worden. Zijn definitie is: "Een mediahype is een mediabrede, snel piekende nieuwsgolf die één gebeurtenis als startpunt heeft en die voor het grootste deel het gevolg is van zichzelf versterkende processen bij de nieuwsproductie" (Vasterman, 2004; p. 31). Hier is het zichzelf versterkende proces van de media belangrijk, ook wel "positieve terugkoppeling" genoemd waarbij door een "self-referential systeem" de media elkaar volgen en blijven schrijven om maar niet achter de feiten aan te blijven lopen (Vasterman, 2004; p. 24, 28).

Kort gezegd volgt uit de definitie dat een mediahype ontstaat wanneer het nieuws breed door de media wordt gedragen ("een mediabrede nieuwsgolf"), dat de start van de mediahype een "sleutelgebeurtenis" heeft, dat er "intensieve nieuwsmakende activiteiten" zijn die ook indirecte gebeurtenissen als gerelateerd nieuws brengen en dat er een "interactie tussen media en sociale actoren" plaatsvindt. Een gebeurtenis die door

alle media wordt gebracht en wordt aangevuld met andere nieuwsfeiten die weer nieuwe berichtgeving tot gevolg heeft valt dus te definiëren als een mediahype (Vasterman, 2004; p. 36). Dit geeft aanknoppen om te onderzoeken of de foto's van Sarah Palin ook onderdeel van mediahypes zijn geworden, maar wat zeggen deze kenmerken nu precies?

Een mediahype kan dus vastgesteld worden aan de hand van een aantal kenmerken die moeten optreden. Er zijn, zoals uit de definitie ook blijkt, een viertal kenmerken. De eerste is dat er een 'sleutelgebeurtenis', een 'key-event' moet plaats vinden. Deze gebeurtenis is het startpunt van de hype en deze gebeurtenis krijgt meer aandacht dan vergelijkbare gebeurtenissen. Zodra deze gebeurtenis als nieuws wordt gekenmerkt en wordt verspreid, dan volgt bij een hype een 'mediabrede nieuwsgolf'.

De 'mediabrede nieuwsgolf' is een vorm van berichtgeving die niet regelmatig is en niet gekoppeld is aan de frequentie van gebeurtenissen. Veel media, zo niet alle, berichten over de gebeurtenis met het kenmerk van een golf die snel piekt en langzaam uitdooft. Daarbij ontstaan 'intensieve nieuwsmakende activiteiten'. Doordat de sleutelgebeurtenis door zoveel media wordt gevolgd, en iedereen een eigen invalshoek zoekt, worden vergelijkbare incidenten (zowel uit het heden en verleden) vermeld die in verband worden gebracht met de sleutelgebeurtenis en zonder de sleutelgebeurtenis nooit verteld zouden worden. Ook wordt er thematisch gerelateerd nieuws gebracht, zoals achtergronden, analyses en opinies.

Een vierde kenmerk is dat er door de mediahype interactie tussen de media en sociale actoren ontstaat. Behalve dat de media voor nieuwsmakende activiteiten zorgen, leiden de gebeurtenissen en de berichtgeving ook tot nieuwe acties die de berichtgeving rondom de sleutelgebeurtenis weer nieuwe impulsen geeft. Deze berichtgeving lokt reacties uit die ook weer nieuws worden.

Vasterman stelt dat deze vier kenmerken een ideaal typische mediahype beschrijven. Het is lastig om al deze vier kenmerken altijd te ontwaren in onderzoek. Op de vraag aan hoeveel kenmerken een mediahype zou moeten voldoen, stelt Vasterman dat in zijn onderzoek de norm is gehanteerd dat "er minimaal sprake moet zijn van een mediabrede nieuwsgolf na een *key event*, waarin thematisch nieuws het incident gerelateerd nieuws overheerst en waarin een toename zichtbaar is van aantal berichten over vergelijkbare incidenten". (Vasterman 2004; p. 240)

Het is dan ook belangrijk dat het nieuws dat als key-event fungeert ook echt wel nieuwswaarde heeft. Dat nieuws 'nieuws' is omdat de journalist het maakt, lijkt hier dan ook voor waar te worden aangenomen (Korsten, 2003; p. 2). Het lijkt zo nogal arbitrair, maar als zelfs de finale van het programma Idols tussen Boris en Maud een hype wordt, dan lijkt het er sterk op dat nieuwswaarde ook meer iets maatschappelijks is. Nieuws

wordt vaak dik aangezet en overdreven om het uitzendbaar te maken (Korsten, 2003; p. 8).

Wien et al. (2009) geven een drietal handvaten aan de hand waarmee de nieuwswaarde van het nieuws dat gebruikt wordt in de mediahype op waarde geschat kan worden. Deze handvaten volgen uit het feit dat zij hebben gevonden dat nieuws altijd een sensatie met zich meebrengt of juist tot gevolg heeft (Wien, 2009; p. 194). Het eerste item is dat het nieuws gebruikt moet kunnen worden in het publieke debat. Als iedereen een mening kan vormen over het nieuws, dan helpt dat ook om het nieuws breed te verspreiden. Als het publiek niet over het onderwerp wil of kan praten, dan is een mogelijke mediahype al vroeg afgeschreven.

Tweede item waar Wien et al. over spreken is dat het nieuwsitem dat in de belangstelling staat van meerdere invalshoeken bekeken en beschreven moet kunnen worden. Hiermee bedoelen ze dat het nieuws door zowel de grote dagbladen, maar ook door bijvoorbeeld roddelbladen besproken moet kunnen worden. Het gaat er dan juist niet om dat iedereen dezelfde mening over het nieuws heeft, maar dat er juist verschillende meningen over het nieuws ontstaan (Wien, 2009; p. 195).

Als derde punt geven zij aan dat de sleutelgebeurtenis de kracht moet hebben om van een ingewikkelde situatie één makkelijk en mooi beeld te kunnen geven. Door het nieuws via stereotypen en vooroordelen te presenteren, waardoor het nieuws begrijpelijker wordt, kan het nieuwsitem in één keer makkelijk verspreid worden. (Wien, 2009; p. 195). In het geval van dit foto-onderzoek is het dan ook interessant om te kijken of de sleutelgebeurtenis (indien aanwezig) letterlijk in één beeld (de foto) is gevangen.

In deze thesis wil ik eerst kijken, door de publicatiedata van de verschillende foto's naast elkaar te zetten, of er daar al in eerste instantie pieken te ontwaren zijn. Door de verschillende typen nieuwswaarden te gebruiken bij de beoordeling van nieuws rondom de mogelijke pieken in fotopublicaties, maakt dat het mogelijk is de sleutelgebeurtenis beter te onderscheiden in de database. Zo wordt het zoeken naar een mogelijke mediahype rondom Sarah Palin vergemakkelijkt.

Vervolgens is het eenvoudig om te kijken of het in de eerste plaatst dezelfde foto's zijn die in de verschillende media zijn gebruikt, maar er kan door de kwantitatieve analyse van de foto's ook gekeken worden of de onderwerpen en de teneur van de foto's in de mogelijke piek perioden hetzelfde zijn. Vervolgens kan er ook beschreven worden door te kijken op websites van bijvoorbeeld CNN en FoxNews of zij in dezelfde periode ook veel hebben geschreven of televisiebeelden hebben getoond over Sarah Palin om zo het mediabrede aspect te benadrukken. Het onderzoek naar mediahypes helpt zo mee om te kijken naar personalisering en iconografie van Sarah Palin. Als er blijkt dat er een mediahype ontstaat waarin Sarah Palin wordt neergezet als hét gezicht van bijvoorbeeld

de Tea Party movement, dan is dat ook een teken van de personalisering van Sarah Palin. Daarbij komt dat als er meerdere media hetzelfde beeld gebruiken tijdens een mediahype, deze foto een icoon kan worden.

3.3 Iconografie

Perlmutter (1998) beschrijft in zijn boek "Photojournalism and Foreign policy; Icons of Outrage in International Crises" hoe foto's die gepubliceerd worden iconen kunnen worden. Juist dit creëren van iconen kan de mate van populariteit rondom iemand zoals Sarah Palin bepalen. Perlmutter maakt daarbij in eerste instantie onderscheid tussen discrete (unieke) en generieke (algemene) iconen (Perlmutter, 1998; p. 11). Met deze indeling wordt het volgende bedoeld. In oorlogen worden veel dezelfde beelden geschoten, van slagvelden en operaties tot vredeshandelingen. Toch kan het zo zijn dat één specifieke foto de hele oorlog (of situatie) verbeeld. Dit ene, unieke beeld, wordt dan het foto-icoon van deze oorlog waaraan iedereen de oorlog zich zal herinneren. Een voorbeeld is het hijsen van de vlag op Iwo Jima in de Tweede Wereldoorlog door Amerikaanse soldaten. Er werden in die tijd vaker vlaggen op eenzelfde manier gehesen, maar deze ene foto is een icoon geworden doordat het door alle media werd overgenomen.

De onderwerpen van algemene iconen worden ook door iedereen herkend. Maar het verschil met unieke iconen is dat de algemene iconen verschillende foto's zijn waarmee dezelfde associatie wordt gelegd. Het voorbeeld dat Perlmutter aanhaalt zijn foto's over de hongersnood in Afrika, waarop uitgemergelde kinderen worden afgebeeld. Geen enkele foto is hetzelfde, iedere foto moet eigenlijk in de juiste context worden geplaatst, maar iedereen die een foto van een uitgehongerd kind ziet maakt de associatie met 'Afrika' en 'honger'. Doordat dergelijke foto's, ondanks de onderlinge verschillen, dezelfde betekenis wordt aangedragen door de kijkers, zijn zij ook verworpen tot foto-iconen.

Maar met alleen de begrippen unieke en algemene iconen kan nog niet worden bepaald hoe een foto juist een icoon wordt. Deze twee begrippen zijn het resultaat van een proces, niet het proces tot foto-icoon zelf.

Brink (2000) beschrijft in haar artikel een aantal extra categorieën waaraan een foto kan voldoen om ook tot icoon te worden beschouwd. In haar artikel spreekt ze van foto's die de wereldgeschiedenis hebben veranderd wanneer ze de foto's van de verschrikkingen van de Tweede Wereldoorlog beschrijft. Foto's die de hele wereld over zijn gegaan, waarin het verdriet, de dood en het verderf zo sterk naar voren komen waardoor niemand ze meer vergeet. Zo komt zij terecht bij het seculiere icoon (Brink, 2000; p. 139), het beeld dat in één keer laat zien wat de context van de foto is.

Zo is in de icoon als eerste authenticiteit vereist. De foto laat de wereld zien zoals deze op een gegeven moment is vastgelegd. Doordat de kijker het beeld herkent, moet het beeld ook wel waar zijn en dus authentiek. Hieruit volgt het tweede element in de foto iconografie: de symboliek. De foto laat in een momentopname precies dat zien dat voor de kijker belangrijk is. Het beeld wordt herkend en krijgt daardoor een betekenis voor de kijker.

De volgende stap volgens Brink is het canoniseren van de foto. Hiermee bedoelt ze dat het beeld vaak is herhaald. Doordat het zo vaak is herhaald, krijgt het een zekere status mee die ervoor zorgt dat het beeld nog vaker wordt gebruikt. Hiermee wordt de foto opgenomen in de canon van foto's van een bepaalde gebeurtenis.

Als laatste beschrijft Brink het concept van "laten zien" en "onthullen". Foto's die indringende gebeurtenissen tonen, zoals de foto's van concentratiekampen in de Tweede Wereldoorlog, doorbreken een mythevorming van een bepaalde gebeurtenis of activiteit. Men staat stil bij het zien van de foto en herkent daar persoonlijke ervaringen in, verhalen van vroeger of de persoonlijke wensen van die persoon. Maar de foto laat de waarheid zien en beschermt ons als kijker omdat het als "raam" fungeert (Brink, 2000; p. 139-144).

De beschrijvingen van Brink geven goed weer hoe foto's als icoon kunnen worden beschreven. Maar wat is nu het proces waardoor een foto nu een icoon wordt? Hoe een foto nu een icoon kan worden, wordt door Perlmutter beschreven aan de hand van enkele criteria waaraan een foto moet voldoen om ook daadwerkelijk een icoon te worden. De criteria versterken elkaar, waarbij er haast een cirkelredenering ontstaat. In de eerste plaats spreekt hij van de bekendheid van de foto. Een foto die iedereen kent zal eerder de iconische status krijgen dan een foto die niemand kent. Erkenning van de foto door wetenschappers, journalisten en redacties die de foto vaker plaatsen maakt de iconische status nog sterker. Toch moet een foto eerst gepubliceerd worden en moet er over gesproken worden. Men moet de foto zien.

Een tweede kenmerk is dan ook prominentie van het beeld. Waar in het blad is de foto geplaatst en hoe groot is de foto? Als een foto niet gezien wordt, dan kennen mensen het beeld ook niet. Dus de foto moet bijvoorbeeld op de voorpagina zijn verschenen of de foto is groot geplaatst bij een belangrijk artikel in een krant of tijdschrift. Maar een foto die maar één keer wordt geplaatst in één krant zal snel over het hoofd worden gezien. Daarom is de frequentie, hoe vaak komt de foto voor, ook erg belangrijk. Hoe vaker het beeld verschijnt, hoe groter de kans is dat meer mensen het zien en dan meer redacties het beeld overnemen.

Ook niet onbelangrijk is de winst van het beeld. Een foto die iedereen wil hebben zal ook veel geld opleveren. Het juiste beeld van het juiste moment of de juiste persoon dat iedereen wil hebben levert veel geld op.

Een belangrijk kenmerk waarmee foto's iconen kunnen worden is de snelheid ("instantaneousness"), waar mee een foto wordt overgenomen door andere media. Het beeld dat met de huidige technologieën over de hele wereld in seconden kan worden verspreid kan namelijk ook direct de mening van de wereldbevolking beïnvloeden en een eeuwig, iconisch beeld van de situatie vormen. Ook is daarbij de overname ("transposability") belangrijk: hoe eenvoudig kan het beeld door andere media worden overgenomen. Zoals gezegd, met huidige technieken en snelle verzendmogelijkheden is het voor media niet moeilijk snel een beeld over te nemen.

Wil een beeld iconisch worden, dan is ook de bekendheid van het onderwerp een kenmerk waar rekening mee gehouden moet worden. Een persoon, partij, omgeving, situatie of groep mensen kan zo herkenbaar in beeld worden gebracht, dat niemand ook maar over het onderwerp van de foto kan twijfelen. Als dat bereikt is, dan kan een foto sneller iconisch worden. Daarbij spelen natuurlijk de laatste drie kenmerken een belangrijke rol bij: importantie van de gebeurtenis, mate van metonymie (hoe snel wordt het beeld herkend) en de primaire / culturele reactie (hoe sterk is de reactie van de kijker).

Als laatste kenmerk is volgens Perlmutter de sterkte van de compositie bepalend voor de mate van iconografie bij een foto. Toch is dat lastig te bepalen, bij iconische foto's gaat het vaak het om "het beslissende moment". Soms is een iconische foto zelfs slecht gefotografeerd. Het kenmerk qua compositie bij de iconische foto's is dat er weinig andere dingen te zien zijn, behalve het onderwerp. De simpelheid van de foto maakt dat een foto eerder sterker wordt en als icoon kan worden beschouwd (Perlmutter, 1998; p. 11-18).

Kritiek

Maar in hoeverre komt een foto-icoon authentiek over? Moeten we vertrouwen op de authenticiteit, op de symboliek die we herkennen? Wordt het beeld overtuigend zodra het vaak wordt herhaald? Major (2005) waarschuwt de lezer voor foto's die als iconen worden verspreid, maar die juist zijn opgezet als fotomoment om als icoon te gaan dienen.

Zij bespreekt de val van het standbeeld van Saddam Hoessein op 8 april 2003. Beelden van deze gebeurtenis vlogen in korte tijd over de hele wereld en iedereen zag op deze beelden een grote groep mensen het beeld omver halen. Toch is er veel kritiek op deze beelden geweest. Zo is de authenticiteit in twijfel getrokken (Major, 2005; p. 41), omdat het een geacteerde voorstelling zou zijn. De foto's blijken bewerkt te zijn, bijvoorbeeld door bepaalde randen eraf te snijden, waardoor het op de foto leek alsof er veel mensen waren. Maar er waren op het hele grote plein in verhouding maar zeer weinig personen actief (Major, 2005; p. 42).

Major concludeert dat hoe vaak beelden ook worden herhaald, ze altijd maar een momentopname kunnen zijn en dat ze kritisch moeten worden bekeken. Het zijn anekdotes die uiteindelijk het grote verhaal in context plaatsen, niet andersom. In het beschreven voorbeeld moest het standbeeld ervoor zorgen dat het leek alsof de Verenigde Staten hadden gewonnen in Irak. De foto zorgde voor het verhaal. Niets bleek echter minder waar en de Amerikanen hebben er nog lang oorlog gevoerd.

Gebruik criteria

Belangrijk bij de hierboven beschreven verschillende kenmerken van een icoon is dat ze niet allemaal even sterk naar voren hoeven te komen om van een foto een icoon te maken. Daarnaast is het belangrijk om de culturele herkenning in het achterhoofd te houden. Waar de één een bepaald onderwerp in ziet, ziet de ander wellicht iets heel anders in eenzelfde beeld. Om dit abstracter te maken, zal ik de kenmerken onderbrengen onder verschillende onderwerpen die de analyse kwantificeerbaar maken. Daarnaast moet altijd de mogelijkheid in gedachten worden gehouden dat de verschillende foto's die voor de titel 'icoon' in aanmerking komen niet altijd even 'authentiek' zijn.

De gepubliceerde beelden van Sarah Palin zouden wel eens iconen kunnen opleveren die ervoor zorgen dat er een bepaald beeld rondom Sarah Palin en de Tea Party movement zal ontstaan. Een dergelijke iconografie kan de grootte van haar status beïnvloeden.

3.4 Personalisering door de foto

Barthes heeft in 1957 een verzameld werk van essays, genaamd *Mythologieën*, uitgebracht waarin hij de mythen van de samenleving onder de loep neemt en op een slimme manier ontleedt tot de essentie van het onderwerp. In een interessant essay beschrijft hij verkiezingsfoto's. Verkiezingsfoto's brengen volgens Barthes de persoonlijke verhoudingen tussen de politicus en de kiezers tot stand. De verkiezingsfoto voert de politicus weg van de politieke plannen. De kiezer krijgt er volgens Barthes het volgende voor terug: "zijn beweegredenen, familieomstandigheden, zijn mentale, zijn erotische karakter zelfs, een hele levensstijl waarvan hij tegelijkertijd het product, het voorbeeld en het lokaas is" (Barthes, 2002; p. 175). Deze foto's geven de politicus een eeuwig leven, een beeld dat zowel bij de aanhangers als de tegenstanders in de gedachten gegrift blijft.

De foto helpt de politicus te personaliseren. De foto komt model te staan voor de politicus, die weer als afgevaardigde van een partij fungeert en haar belangen behartigt. Maar de politicus vormt de gemene deler tussen partij en publiek. Of, zoals Kleijnhuizen in zijn onderzoek naar personalisering tijdens de landelijke verkiezingen

van 2002 het noemt: "Er is sprake van personalisering als een partij niet zelf door politici wordt genoemd, maar wordt gerepresenteerd door een persoon, in de regel door politici en bewindspersonen" (Kleinnijenhuis, 2003; p. 80). De politicus wordt groter dan de partij en de partij is verworden tot de politicus die op de verkiezingsfoto staat. De rode draad in het onderzoek van Kleinnijenhuis is Pim Fortuyn, die op een gegeven moment als lijsttrekker van Leefbaar Nederland en later van zijn eigen Lijst Pim Fortuyn letterlijk zijn eigen partij was. Het ging om Pim Fortuyn, zijn persoonlijkheid en zijn flamboyante gedrag in de politiek.

Leiderschap is dan ook een belangrijk fenomeen bij personalisering. Kan iemand als de natuurlijke leider van een partij opstaan? Pillai en Williams (1998) laten zien dat het tonen leiderschap een belangrijke factor is voor kiezers. Maar wat in de Verenigde Staten altijd een hele belangrijke rol speelt is de achtergrond van de partij en het gedachtegoed van de partij (Pillai & Williams, 1998; p. 402). De truc van veel leiders in het verleden was dan ook om het gedachtegoed van de partij breed uit te dragen om zo hun eigen electorale voordeel te behalen (Pillai & Williams, 1998; p. 403).

Voor het foto-onderzoek naar de personalisering van Sarah Palin is het dus ook goed om te kijken hoe haar uitstraling is en waarmee zij zichzelf identificeert op de foto's. Presenteert zij zich als leider van de conservatieve tak van de Republikeinen in de vorm van de Tea Party met symbolen die dat effect versterken?

Schijnwerpers

Politici weten zich meer en meer in de schijnwerpers van de media te werpen om zo de aandacht op zichzelf te vestigen. De grenzen tussen de van oudsher stijve uitstraling van politici en de losse houding van populaire media zijn aan het samensmelten (Corner, 2003: p. 2). Bijvoorbeeld door politici te laten optreden in tv-programma's waarin ze ook een andere kant van zichzelf kunnen laten zien, zoals oud minister-president Jan-Peter Balkenende enkele malen heeft gedaan in "RTL Boulevard". Er ontstaat zo een mengvorm van mediagebruik waarbij de media meer politieke waarde krijgt en de politiek meer mediageniek wordt. In Corner (2003) wordt er gesproken van gepolitiseerde media en gemedieerde politiek (Corner, 2003: p. 4). Er wordt zo geprobeerd het stoffige imago van de politicus weg te blazen en er een "ster" voor in de plaats terug te zetten.

Dit wordt uiteraard met een reden gedaan, want hoe belangrijk politieke kwesties ook zijn, de politicus wil uiteindelijk gekozen of herkozen worden om zo de politieke macht uit te kunnen (blijven) oefenen. Met een goede mediastrategie die de politicus goed neerzet, wordt er op het gevoel van de kiezer ingespeeld. De politicus wordt zo een persoon die boven de partij staat en het gezicht van de partij. De persoon wordt de partij en de kiezer wil stemmen voor een gezicht, een persoon en niet op de partij (Corner, 2003: p. 7). De kiezers willen politici steunen die de belichaming van een partij zijn

(Corner, 2003: p. 8). Een goed beeld dat in de geheugens van de kiezers blijft hangen levert mogelijk aan het eind van de verkiezingen de overwinning. De goed verzorgde beelden die door politici worden ingezet, waarop ze er goed uitzien, leidt tot een bijzondere 'band-op-afstand' tussen de politicus en de kiezer. Hier kan de politicus als bekend persoon worden beschouwd en de kiezer als de fan (Corner, 2003: p. 9/10). Door de juiste beelden te kiezen die worden verspreid, kan de politicus het juiste imago creëren.

Belangrijke vraag die naar voren komt is wat de politicus nu moet gaan laten zien om het gewenste effect te krijgen. Wanneer wordt het privéleven van de politicus ook onderdeel van de beelden en komen ze naast het publieke en politieke leven te staan? (Corner, 2003: p. 5)

Eigen keus

Politici maken bewuste keuzes in hun uitstraling. Foto's laten de politici zien zoals zijzelf gezien willen worden. Daarbij wordt gezocht naar de balans tussen het politieke, publieke en privéleven. Het kan namelijk van strategisch belang zijn om wat meer van het eigen privéleven te laten zien, of van momenten waarop de politicus ook tussen het volk staat. (Corner, 2003: p. 73). Het is het verkopen van het juiste beeld aan het volk, om zo uiteindelijk weer herkozen te worden. Zie het als een product, de politicus. De politicus moet marktleider worden om de meeste macht te kunnen uitoefenen. In deze markt moet dus het plaatje kloppen en met de juiste beelden maakt dat de kans op (her)verkiezing het grootst. (Corner, 2003: p. 87)

Van Santen en Van Zoonen (2009) geven een extra perspectief aan personalisering. "Personalisering richt zich op analyse van de berichtgeving over en het optreden van individuele politici" (Santen, van & Zoonen, van, 2009; p. 172). In hun onderzoek uit 2009 zetten ze verschillende literatuurstudies over personalisering bij elkaar om te komen tot een meer gemeenschappelijke definitie van personalisering. Hoewel dat lastig blijkt, beschrijven ze wel dat er drie personaliseringsconcepten zijn waaraan de media aandacht besteden zodra er over politici wordt bericht: 'professionele kwaliteiten', 'het privéleven' en de 'privépersoon' (Santen, van & Zoonen, van, 2009; p. 170).

Uit hun artikel blijkt dat politici ook steeds meer hun persoonlijke en privé kanten laten zien. Ook zij zien dat de politicus steeds meer op de voorgrond raakt en boven de partij komt te staan (Santen, van & Zoonen, van, 2009; p. 167). De drie concepten die daarbij horen zijn dus interessant om te gebruiken in de analyse om te kijken of er uit de foto's ook blijkt of er sprake is van personalisering. Ik zal deze drie concepten uitwerken in het codeerschema onder de noemer "onderwerp van de foto".

Personalisering zorgt er dus voor dat een gezicht, een persoon, wordt gekoppeld aan normen en waarden van een partij. Deze partijbeginselen krijgen nu een gezicht waarmee mensen zich kunnen identificeren, waarop ze graag willen stemmen. Zo wil Sarah Palin zich als 'grizzly mamma' neerzetten. Ze profileert zich als sterke vrouw, die alles aan kan. Een no-nonsense vrouw die familiewaarden hoog in het vaandel heeft staan, altijd recht door zee gaat en al het onrecht dat ze tegenkomt te lijf gaat. Op de foto's die in de analyses worden meegenomen zal ook blijken dat er in de media veel foto's van zowel politiek, publiek en privéleven staan. Dat maakt Sarah Palin een goede kandidaat voor personalisering.

In de Verenigde Staten gaat het in de politiek altijd om de tweestrijd tussen de twee partijen, de Democraten en de Republikeinen. Maar in verkiezingsstrijd worden de presidentskandidaten naar voren geschoven als de gezichten van de partij en zij zijn dan degenen waarover wordt gesproken en gedebatteerd. Door de Tea Party movement is onder andere Sarah Palin als natuurlijke leider naar boven gekomen, als stem van het conservatieve tegengeluid tegen Barack Obama en als moeder die de Republikeinen weer aan het presidentschap zou moeten gaan helpen. De personalisering van Sarah Palin zou daarmee dus een feit kunnen zijn. Bij de kwalitatieve analyse is het mogelijk om te kijken in hoeverre personalisering ook bij Sarah Palin een rol speelt.

3.5 Semiotische analyse: Studium & punctum

Om verder af te kunnen leiden, in een meer kwalitatieve, beschrijvende zin, wat een foto laat zien, is de theorie over studium en punctum die Barthes beschrijft in zijn werk 'Camera Lucida' (1984) belangrijk om mee te nemen in deze thesis. Het gaat hier om het subjectieve idee dat een foto interessant is voor analyse door het "studium" en dat een bepaald detail, het "punctum", de foto in een bepaalde context kan plaatsen.

Studium en punctum zijn twee begrippen die samen helpen om de foto te beschrijven. Een camerastandpunt, een locatie of zelfs gewoon een persoon kunnen vallen onder studium, ze kunnen een foto aantrekkelijk maken om ernaar te kijken. Het beschrijft de algemene uitstraling en sfeer van de foto.

Wat bij nadere bestudering van een foto nu extra opvalt, is het punctum. Het punctum is een opmerkelijk detail in de foto. Het punctum beschrijft de situatie, laat de kijker meegaan in de beweging van de persoon op de foto en maakt dat de kijker de situatie die wordt getoond in een context kan plaatsen. Een belangrijk onderdeel is de tegenstelling tussen de denotatie en de connotatie van een foto. Bij een denotatie beschrijft men de letterlijke betekenis van de foto. Of anders gezegd, er wordt letterlijk beschreven wat er op de foto te zien is. Bij de connotatie wordt de politieke, ideologische of symbolische betekenis van de foto beschreven. Wat is de achterliggende, culturele of ideologische betekenis van het beeld dat we te zien krijgen (Leeuwen, van, 2001; p. 94-

97). Het beschrijven van een foto vanuit semiotisch perspectief kan juist een diepere betekenis van een foto laten zien dan sec de letterlijke beschrijving van een foto.

Deze semiotische analyse van Barthes geeft het onderzoek naar foto's betreffende Sarah Palin handvaten om de foto's beter te kunnen beschrijven.

3.6 Behandeling van foto's door redacteuren

Naast de plaats en de frequentie van het beeld, speelt ook de manier waarop het beeld wordt gepresenteerd een belangrijke rol. Perlmutter beschrijft vele manieren om een iconisch beeld te herkennen. Harold Evans (1978) benadrukt juist de manier waarop bepaalde beelden geplaatst worden. De fotograaf maakt weliswaar het beeld, maar de beeldredacteur bepaalt welk beeld bij de tekst wordt geplaatst. Daarbij is het van groot belang dat er goed wordt nagedacht over de plaatsing, een foto laat immers meer waarheid zien dan dat erin een tekst kan worden beschreven (Evans, 1978; p. 2 introduction).

Foto's moeten een middenweg zijn tussen intellect en emotie. We horen wel het nieuws op de radio, we lezen het in de krant, maar we willen ook dat ene beeld zien dat de hele situatie samenvat. Het gaat om het beeld dat we allemaal in één keer herinneren bij een situatie, dat volstaat met symboliek waarbij uiterlijke kenmerken, gezichtsuitdrukkingen en lichaamshoudingen bepalend kunnen zijn voor de kracht van dat ene beeld.

Perlmutter beschrijft daarbij drie testen voor de selectie van een foto: animatie, relevantie van de context en de diepte van de mening (Perlmutter, 1978; p. 47). Deze drie-eenheid beschrijft de kenmerken waaraan een foto moet voldoen. Een foto die geplaatst wil worden moet een bepaalde emotie of beweging uitstralen, de foto moet animeren. Uit de emoties van mensen of bijvoorbeeld de handelingen kan de foto meer betekenis krijgen en kan men direct zien waar de foto over gaat. Daarnaast moet het onderwerp van de foto passen bij wat het wil uitstralen. Dit houdt in dat het onderwerp van de foto direct duidelijk moet zijn. Evans laat een foto zien van een officiële opening van een brandweerkazerne, maar er zijn geen brandweermannen of een kazerne te zien. (Evans, 1978; p. 51). Een foto zal dus minder snel geselecteerd worden als een foto geen duidelijke context biedt. Als derde moet de foto meerdere lagen hebben waardoor de foto tot leven komt en er ook een verhaal van achter de foto tevoorschijn komt. Het gaat hier om de details, de beschrijvingen van de foto die het beeld interessant maken. Een foto zonder verhaal is niet interessant. Zo kan er in een foto veel symboliek zitten of kunnen foto's naast elkaar geplaatst worden om een vergelijking te maken (Evans, 1978; p. 58). Zo zal een foto meer dan duizend woorden kunnen zijn.

Nog een belangrijk punt van Evans zijn de woorden die bij foto's worden gebruikt in media. Vaak zijn het de koppen boven een foto of het artikel die helpen om de foto in

context te plaatsen. Hoewel sommigen zeggen dat een goede foto geen woorden nodig heeft, kunnen woorden de foto complementeren. De juiste woorden maken ons nieuwsgierig naar het verhaal dat zich achter het beeld bevindt. Het kan een foto in een positief of negatief daglicht zetten. Toch gebeurt het volgens Evans maar al te vaak dat een foto niet de juiste lading uitdraagt door een verkeerd gekozen tekst boven of bij de foto (Evans, 1978; p. 255).

Voor deze thesis is het zoeken naar hoe Sarah Palin in de krant terecht is gekomen belangrijk. De keuzes van de beeldredacteur kunnen namelijk bepalen of eenzelfde foto die door te snijden, te vergroten of te verkleinen, eenzelfde of andere impact krijgt. Ook zal ik de teneur van de foto en de teneur van de foto in combinatie met de tekst bepalen. Hierdoor kijk ik of bijvoorbeeld een foto die als positief is bestempeld ook positief blijft als de tekst in de analyse wordt meegenomen.

Hoofdstuk 4: Probleemstelling en deelvragen

Doel van deze thesis is om te kijken hoe Sarah Palin in de media wordt weergegeven. Met de theorie in ons achterhoofd kan de volgende stap worden gezet, het stellen van een vraag die met de theorie als achtergrond beantwoord dient te worden.

Het is zaak om een goed afgebakende probleemstelling te formuleren rondom het thema "Sarah Palin". Het onderwerp "Sarah Palin" brengt namelijk veel verschillende invalshoeken voor onderzoek met zich mee. Daarnaast is een duidelijke en heldere vraagstelling hier belangrijk, omdat uit een vooronderzoek is gebleken dat het aantal beelden dat van Sarah Palin gevonden kan worden beperkt is.

Het is daarom zaak om te focussen. De belangrijkste focus is hierbij de vorming van mediahypes en van foto-iconen rondom Sarah Palin. Zij is immens populair bij haar achterban en wordt verguisd door haar vijanden. De probleemstelling is dan ook:

Op welke wijze wordt Sarah Palin in beeld gebracht in Amerikaanse kranten en tijdschriften en Nederlandse kranten in de periode januari 2009 tot en met januari 2011?

De stelling focust het onderzoeksgebied al drastisch. Daarbij ga ik kijken naar de New York Times, Time Magazine en Newsweek Magazine als Amerikaans media en de Volkskrant en het NRC Handelsblad als Nederlandse media. In de methode verantwoord ik de gemaakte keuzes bij het afbakenen van het onderzoek.

Uit deze hoofdvraag volgen enkele deelvragen:

- Wordt Sarah Palin in de media gehyped?
- Zijn er iconische foto's van Sarah Palin te ontdekken in de voorgestelde periode?
- Is er sprake van personalisering door de media bij de foto's van Sarah Palin?

Deze drie vragen volgen logisch op de hoofdvraag. Door middel van mediahypes, iconografie en personalisering onderzoek wil ik de gepubliceerde foto's van Sarah Palin onderzoeken. Daarnaast bekijk ik of de foto's die zijn gepubliceerd na 8 januari 2011, na de aanslag op de democratische senator Gabrielle Giffords, een andere, meer terughoudende Sarah Palin laten zien.

Hoofdstuk 5: Onderzoekopzet en methode

5.1 Inleiding

In totaal zijn er 99 foto's gevonden. Om deze foto's systematisch te kunnen analyseren, bespreek ik in dit hoofdstuk de methode van onderzoek van deze thesis. Met deze beschrijvingen wordt het onderzoek onderbouwd, verantwoord en herhaalbaar gemaakt. Het onderzoek zal bestaan uit een kwantitatieve analyse en een kwalitatieve analyse. Hieronder zal ik de opbouw van het codeerschema voor de kwantitatieve analyse uitleggen en zal ik de opbouw van de kwalitatieve analyse behandelen. Het kwantitatieve deel zal bestaan uit alle gevonden foto's die worden onderzocht aan de hand van een standaardschema. Met dit schema kunnen alle foto's worden ingedeeld. Voor de kwalitatieve analyse zal een selectie van de foto's plaatsvinden.

5.2 Directe en indirecte analyse

Belangrijke analysemethoden om de inhoud van de gevonden foto's te beschrijven zijn de directe en indirecte analyse. Deze methoden zijn bedoeld om de kwantitatieve en kwalitatieve analyses te ondersteunen. De directe analyse zal meer betrekking hebben op de kwantitatieve analyse, de indirecte analyse zal meer ondersteuning geven aan de kwalitatieve analyse (Collier, 2001; p. 36). In de volgende alinea's zal ik uitleggen wat deze typen analyses inhouden en zal ik ze bij de verschillende onderdelen van het onderzoek nader toelichten.

5.2.1 Directe analyse

Bij de directe analyse wordt er systematisch naar de foto's gekeken. Het bestaat uit vier stappen die in elkaar overlopen (Collier, 2001; p. 39). De eerste twee stappen zorgen dat er wordt uitgezocht wat er onderzocht moet worden. Kortom, men bekijkt de gehele dataset door middel van een "open viewing" (Collier, 2001; p. 40) en maakt daarvan aantekeningen zodat het codeerschema opgezet kan worden. De open viewing in combinatie met deze aantekeningen zorgt ervoor dat er een schema ontstaat op basis van verwachtingen die ook worden uitgesproken in de probleemstelling. Stap drie is om vervolgens het codeerschema helemaal in te vullen en te analyseren, om als laatste weer terug te komen op de gehele dataset met een conclusie over de resultaten.

De opbouw van het codeerschema komt in een volgende alinea aanbod. Deze gestructureerde manier van kijken naar de foto's geeft een belangrijke beschrijvende precisie waarmee een latere kwalitatief onderzoek kan worden onderbouwd.

5.2.2 Indirecte analyse

Met de indirecte analyse wordt het verhaal achter de foto belangrijk. Het is bedoeld om in een beschrijvende vorm de foto's te gebruiken als voorwerp om te ontdekken wat voor

beeld er ontstaat (Collier, 2001; p. 46). In dit geval kijk ik dus naar het verhaal, dat zich naar voren laat brengen door de foto's, van Sarah Palin.

Om de kwalitatieve analyse goed te kunnen onderbouwen, heb ik enkele variabelen, zoals haar poses, gezichtsuitdrukking en de teneur, ook kwantificeerbaar gemaakt zodat ik de tendens van de foto's in de dataset kan beschrijven. Maar het is onmogelijk om alle foto's stuk voor stuk kwalitatief te gaan beschrijven. Ten eerste door de grote hoeveelheid foto's, ten tweede door de grote verscheidenheid aan foto's, waaronder veel statische foto's en portretten. Bij 'Hoofdstuk 5.5 kwalitatief onderzoek' zal ik een gedetailleerde beschrijving geven hoe de foto's die dieper op de context ingaan worden gekozen.

5.3 Codeerschema

Het maken van een codeerschema is van belang om de inhoud van de gevonden foto's systematische te kunnen analyseren. In deze thesis gebruik ik het schema voor zowel de kwantitatieve analyse als voor de kwalitatieve analyse. Voor de kwalitatieve analyse gebruik ik het codeerschema om de (later nog te beschrijven) kwalitatieve variabelen die alle foto's betreffen makkelijker te analyseren.

Met dit codeerschema verzamel ik de inhoud van de dataset met vooraf bepaalde variabelen, onderwerpen waar ik op let bij het analyseren van de foto. Met een goed schema kan de inhoud van de foto's objectief worden geanalyseerd doordat de variabelen expliciet worden beschreven. Hierdoor wordt het onderzoek ook herhaalbaar. Een goed codeerschema is gebaseerd op verwachtingen die voortvloeien uit de probleemstelling (Bell, 2001; p. 13).

Mijn probleemstelling is: Op welke wijze wordt Sarah Palin in beeld gebracht in Amerikaanse kranten en tijdschriften en Nederlandse kranten in de periode januari 2009 tot en met januari 2011? De daarbij behorende deelvragen zijn:

- Wordt Sarah Palin in de media gehyped?
- Zijn er iconische foto's van Sarah Palin te ontdekken in de voorgestelde periode?
- Is er sprake van personalisering door de media bij de foto's van Sarah Palin?

Om deze vragen te kunnen beantwoorden, moet er gekeken worden naar waar de foto's staan, hoe groot deze zijn, waar de foto bij hoort en van wie de foto is, wat er zich op de foto afspeelt en hoe Sarah Palin op de foto's staat afgebeeld. Deze onderwerpen zullen samen staan in het codeerschema.

Een duidelijke afbakening en expliciete beschrijving van de variabelen zorgt dat de foto's op een georganiseerde manier beschreven kunnen worden. Zo kunnen de foto's ook in de context van plaats, tijd en type magazine worden geplaatst. (Bell, 2001; p. 14).

Het codeerschema valt samen met de hierboven beschreven theorie en is uitgebreid en aangepast aan de foto's die tijdens het zoeken zijn gevonden. Het schema is een uitgebreide versie van het schema dat eerder in colleges van drs. Zweers is gebruikt.

Nummer	
Datum	
Algemene variabelen:	
Pagina	
Breedte	
Hoogte/lengte	
Losse foto of bij artikel	
Soort foto (kleur of zwart/wit)	
Naam fotograaf of persbureau	
Beeldinhoudelijke variabelen:	
Gebeurtenis	
Onderwerp	
Kop boven foto	
Kop en subkop bij artikel	
Lead	
Onderschrift foto	
Poses/handelingen Sarah Palin	
Gezichtsuitdrukkingen Sarah Palin	
Kledingstijlen Sarah Palin	
Camerastandpunten Sarah Palin	
Teneur foto	
Teneur combi tekst/foto	

Bovenstaand schema zal worden gebruikt om de foto's te kwantificeren. De verschillende onderdelen van het schema helpen bij het bepalen van verschillende beeldkenmerken en of de foto als icoon kan worden beschouwd. Belangrijke onderdelen die hieronder verder worden gedefinieerd zijn het onderwerp van de foto en de teneur van de foto.

5.4 Kwantitatief onderzoek

5.4.1 Foto's

De foto's die gebruikt zullen worden zijn alle foto's waarop Sarah Palin staat afgebeeld. Al deze foto's zullen worden gearchiveerd per krant en op verschijningsdatum. De grootte, de plaats in de media, het type foto gebeurtenis en het onderwerp worden ingevuld in het schema. Ook zal in het schema de lead, kop en subkop van het bijbehorende artikel en het foto-onderschrift vermeld worden voor het verdere onderzoek. Ik vermeld ook in het schema de poses en handelingen van Sarah Palin, haar gezichtsuitdrukkingen, haar kledingstijl op de foto en het camerastandpunt van de foto. Als laatste vermeld ik ook de teneur van de foto en de teneur van de foto in combinatie met tekst.

5.4.2 Onderzoekperiode

De te onderzoeken periode is van januari 2009 tot en met januari 2011. Deze periode is juist belangrijk omdat hier Sarah Palin als het gezicht van de Tea Party movement tot bloei kwam. Deze jaren brachten ook een belangrijke test voor de geloofwaardigheid van de beweging mee, omdat het zich nu moest gaan bewijzen in de vorm van steun aan Republikeinse kandidaten voor de congresverkiezingen die in 2010 hebben plaats gevonden. Bekende personen zoals Sarah Palin hebben hun stem laten horen om kiezers ervan te overtuigen te kiezen voor politici die door de Tea Party movement werden gesteund.

5.4.3 Kranten en magazines

Door de verwachte beperkte hoeveelheid aan data onderzoek ik naast enkele Amerikaanse en Nederlandse kranten ook enkele Amerikaanse magazines. Als Amerikaanse media kies ik voor de New York Times, Time Magazine en Newsweek Magazine. De New York Times is één van de grootste kranten van de Verenigde Staten met de meest populaire nieuws website van de Verenigde Staten. De krant is niet op te vragen voor onderzoek bij de Koninklijke Bibliotheek. Via de eigen website van de New York Times blijken de kranten in de te onderzoeken periode wel te achterhalen. Via drie verschillende zoek opties heb ik het mogelijk gemaakt om zo uitgebreid mogelijk te zoeken naar artikelen met foto's uit de krant.

Op deze manier heb ik de kans dat een gepubliceerd artikel wordt gemist zo klein mogelijk gemaakt. Tot op heden zijn de beelden van de New York Times vrij verkrijgbaar. Hoewel er berichten zijn dat de New York Times op een ander verdienmodel is overgestapt, is het mij tot nu gelukt om in de onderzoeksperiode de beelden te vinden.

Time Magazine en Newsweek Magazine zijn beide de twee grootste weekbladen in de Verenigde Staten en hebben een grote invloed op het politieke sentiment dat heerst in de Verenigde Staten. Door de foto's uit deze bladen mee te nemen in het onderzoek

wordt het aantal foto's groter en is de analyse uitgebreider. Deze magazines zijn aanwezig in de Koninklijke Bibliotheek.

De Nederlandse kranten die ik wil onderzoeken zijn de Volkskrant en het NRC Handelsblad. Deze kranten zijn elkaars tegenpolen wat betreft politieke en ideologische achtergrond. Het NRC Handelsblad staat bekend als een rechts liberale krant, tegenover de Volkskrant die bekend staat als een links progressieve krant. Door de analyse van de foto's uit deze kranten met elkaar te vergelijken, kan zo ook gekeken worden of er verschillende beelden worden geschetst van Sarah Palin in Nederland. Deze kranten zullen bij de Koninklijke Bibliotheek worden ingezien. De gevonden foto's worden gefotografeerd zodat ze digitaal gearhiveerd kunnen worden en gemakkelijk bekeken en geanalyseerd kunnen worden. Het is niet wenselijk om zwart wit kopieën te maken die later dan weer zouden moeten worden ingescand.

5.4.4 Onderwerp van de foto

Er zijn drie categorieën die helpen om de foto's van Sarah Palin beter in te delen. Ik probeer hiermee grenzen te ontwaren tussen het privé en politieke/publieke leven van Sarah Palin. Dit maakt het mogelijk om te kijken waar in de verschillende kranten de nadruk opligt, op haar menselijk/privé kant of haar politieke/publieke kant. Is er bijvoorbeeld sprake van personalisering in de media? Wellicht dat uit het onderzoek zal blijken dat de grenzen tussen haar politieke en privéleven zijn vervaagd.

Bij de twee categorieën horen kernwoorden die helpen bij het indelen in de categorieën. De verschillende onderwerpen zijn:

1. Politieke en Publieke presentaties: podiumpresentaties, presentaties in kerkelijke omgeving, televisie optredens, congres optredens, vergaderingen, ontmoetingen met andere politici, officiële ceremonies politieke toespraken, werkbezoeken, vergaderingen, officiële ceremonies, Palin in contact met Amerikaanse bevolking, presentatie van Palin bij actievoerders/demonstranten tijdens Tea Party movement acties.

2. Family Life en Privéleven: gezinsleven, hobby's, vissen, jagen, kerkbezoek, woongebied, signeursessies biografie, privéwoning, vakanties, ontspanning enz.

3. Politieke demonstraties: foto's van enthousiaste of woedende demonstranten (sec) die voor of tegen Palin zijn.

5.5 Kwalitatief onderzoek

Naast kwantitatief onderzoek, zal een deel van de foto's ook kwalitatief worden onderzocht. Deze beschrijvingen zullen een uitgebreider beeld van Sarah Palin scheppen die niet direct uit het codeerschema af te lezen is. Omdat van 99 foto's het onmogelijk is een complete en uitgebreide beschrijving te geven, zal ik alleen actiefoto's selecteren om kwalitatief te gaan beschrijven. In actiefoto's zitten veel elementen die geanalyseerd en beschreven kunnen worden. Door alleen actiefoto's te selecteren, kan Sarah Palin uitgebreid beschreven worden. Van elke krant worden minimaal vijf foto's kwalitatief geanalyseerd. Het aantal kan oplopen als er meer foto's voldoen aan de schiftingscriteria. Dit heeft geresulteerd in een selectie van 28 foto's (meer dan een kwart van de foto's) die als volgt zullen worden beschreven.

Bij deze analyse onderzoeken we aan de hand van Barthes en Evans hoe de foto's zijn vormgegeven en wat de diepere achtergrond van een foto is. Hierbij worden, indien aanwezig, de volgende onderwerpen besproken: 1) Pose/houding*, 2) Objecten/gebouwen/omgeving, 3) Het fotogenieke/esthetiek*, 4) Syntaxis (het verhalende van een foto), 5) relatie (sub)kop/foto*. Het derde effect komt bij de gevonden foto's eigenlijk niet voor. Bij één set foto's in de kwalitatieve analyse (foto's 7.24 tot en met 7.27) is een dergelijk effect te vinden. Dit effect zal daar besproken worden. Het derde effect houdt in dat er nieuwe betekenissen van een foto ontstaan door de plaatsing van verschillende foto's naast of onder elkaar.

Van belang is om via de kwalitatieve analyse de gebeurtenissen in de actiefoto's te benoemen en te beschrijven. Met deze verschillende onderdelen is het mogelijk de beelden van Sarah Palin te onderzoeken. Het doel is om zo de manier waarop Sarah Palin in beeld wordt gebracht zo gedetailleerd mogelijk te beschrijven om zo de mogelijke personalisering en de mogelijke iconische waarde van de foto's te onderzoeken.

*Staan reeds in het coderingsschema

5.5.1 Poses, gezichtsuitdrukkingen, kledingstijlen en camerastandpunten

Ik bepaal kwantitatief hoe ze op de foto staat en vanuit welk perspectief ze is gefotografeerd. Haar verschillende verschijningen kunnen, gekoppeld aan de teneur en het onderwerp van de foto, extra informatie geven over de manier waarop Sarah Palin wordt afgebeeld. Staat ze in haar privéleven er toch altijd formeel gekleed bij, wordt ze voornamelijk zwaaiend afgebeeld en wat zijn eigenlijk haar meest voorkomende gezichtsuitdrukkingen? Allemaal belangrijke onderdelen van een foto die gekwantificeerd kunnen worden om zo goed mogelijk uitspraken over de gevonden foto's te kunnen doen.

1. Poses/handelingen van de Sarah Palin

- A) kijkt/luistert,
- B) praat/toespraak,
- C) zwaait/schudt hand,
- D) poseert,
- E) geen handeling

2. Gezichtsuitdrukkingen Sarah Palin:

- A) grijns/lach,
- B) serieus/ernstig,
- C) neutraal/emotieloos

3. Kledingstijlen Sarah Palin:

- A) formeel (mantelpak)
- B) informeel (pantaloon, rok en blouse)
- C) sportief (T-shirt, spijkerbroek)

4. Camerastandpunten Sarah Palin:

- A) kikkerperspectief
- B) vogelperspectief
- C) perspectief op ooghoogte

5.5.2 Teneur

Met de teneur van een foto kan beschreven worden of de foto zelf als positief, neutraal of negatief gezien wordt. Vervolgens kan ook de bijgaande tekst zoals de kop, de subkop en de lead van het artikel waar de foto bij hoort ingedeeld worden in positief, negatief of neutraal. Een foto met een positieve uitstraling bij een artikel met een negatieve kop geeft een andere connotatie mee aan de foto dan wanneer beide classificaties bijvoorbeeld positief of negatief zijn.

Het is lastig om bij Sarah Palin haar foto's goed in te delen. Een eerste verkenning laat zien dat de foto's veel overeenkomsten en overlapping hebben als het gaat om publieke en privé activiteiten. Het geldt ook voor de teneur die ik aan de foto's wil meegeven. Bijvoorbeeld, het dagelijks leven is in het geval van Sarah Palin lastig in te delen. In eerste instantie is het neutraal, want een politicus draagt een politieke kleur in functie, maar buiten de politiek zou de persoon zelf centraal moeten staan. Maar Sarah Palin laat bijvoorbeeld met haar realityshow een kant van haar zien waarmee zij zich duidelijk wil profileren als sterke vrouw, waarmee ze impliciet door haar privé leven haar politieke ideeën verspreidt. Dat is dan zeker niet als neutraal te bestempelen. Toch zal in een foto dat niet snel naar voren komen, men moet immers weten dat een foto voor dergelijke doeleinden is gebruikt. Wellicht dat de teneur in de combinatie foto en tekst wel een belangrijke factor kan spelen, omdat dan een foto ook in een diepere context

wordt geplaatst. Door bij iedere foto de foto en de tekst (kop, subkop en lead) apart in te delen naar teneur kan ook gekeken worden in hoeverre beide kwalificaties van elkaar verschillen of juist overeenkomen.

Zo pas ik het dagelijks leven van Sarah Palin in bij de teneur neutraal, omdat sec een foto over iets uit het privéleven niet direct positief of negatief kan zijn. Jagen, varen, wandelen, hardlopen, koken, huishouden, allemaal zaken horen bij haar dagelijks leven. Pas als het privéleven ook als politiek leven wordt beschouwd kan dat bij een foto ook weer een andere indeling van teneur tot gevolg hebben. Wanneer de foto's ook met de tekst worden verbonden kunnen ze ook een andere teneur krijgen doordat een foto wellicht iets heel anders laat zien dan dat de tekst wil laten geloven.

De teneur van beeld en tekst wordt als volgt ingedeeld:

Negatief: verlies in verkiezingen, aanslagen, politieke tegenslag, politieke conflicten, beledigingen, sterfgevallen, ziekte, familieleed, gezinsproblemen, boosheid van tegenstanders Sarah Palin, negatieve podium presentatie etc.

Neutraal: privé leven van Sarah Palin, hobby's uitvoeren, jagen, varen, wandelen, hardlopen, koken, huishouden, religieuze activiteiten etc.

Positief: overwinning in verkiezingen, emancipatie/democratisering, samenwerking, gelukkig gezinsleven, enthousiaste podium presentatie, enthousiasme van Sarah Palin aanhangers, gelukkige huisvrouw etc.

5.5.3 Mediahype

In deze thesis wordt ook gekeken of er sprake is van een mediahype rondom Sarah Palin. In eerste instantie kijk ik in het schema of er bij de verschillende gebruikte media foto's op dezelfde data zijn geplaatst. Als er meerdere media zijn die een foto plaatsten op hetzelfde moment, dan is dat mogelijk een 'sleutelgebeurtenis'. Door vervolgens te kijken op de websites van FoxNews, CNN, The Washington Post, USA Today en via Lexis Nexis naar de Nederlandse dagbladen of zij in dezelfde periode ook veel hebben geschreven of televisiebeelden hebben getoond over Sarah Palin, kan het mediabrede aspect benadrukt worden. Door deze gegevens onder elkaar te zetten, kan gekeken worden of er zich daadwerkelijk een mediahype heeft afgespeeld.

5.5.4 Foto-iconen

Voor de deelvraag waarin wordt gekeken of de foto's ook iconische waarden hebben, zijn de gebeurtenis, het onderwerp en ook de plaats, de grootte en de teneur van de foto's in de krant van belang. Maar zoals Perlmutter heeft beschreven, zijn er ook veel verschillende voorwaarden waaraan een foto moet voldoen, wil deze als icoon beschouwd worden. Foto's met eenzelfde grootte en onderwerp die vaker op dezelfde plek worden

geplaatst in de drie verschillende kranten kunnen wellicht leiden tot foto's met een iconische status. Daarbij is van belang dat de geplaatste foto's onderdeel zijn van relevantie, importantie nieuwsgebeurtenissen. Het gevolg dat een foto heeft in een samenleving door een combinatie van veel factoren geeft een foto de status van een foto-icoon. Door de criteria te volgen en de dataset te gebruiken, ga ik opzoek naar mogelijke foto-iconen.

5.5.5 Personalisering

De zoektocht naar het persoonlijk leven op de foto's van de moeder en politica Sarah Palin zal ik eerst beschrijven aan de hand van boeken over Palin en wat enkele media over haar te zeggen hebben. De theorie van Corner en Kleinnijenhuis spelen hier een belangrijke rol bij de beschrijvingen over Sarah Palin. Vervolgens kijk ik naar de 28 foto's die uitgebreid kwalitatief zijn geanalyseerd om te kijken of aan de hand van de beschreven theorie er personalisering kan worden waargenomen. Doordat hier een aantal foto's bij elkaar staan die volgens bepaalde criteria zijn geselecteerd, is het mogelijk om zelfs overeenkomsten en verschillen te zien (Collier, 2001; p. 51). Dat laat wellicht een andere Sarah Palin zien dan dat we op basis van haar als politica verwachten.

Hoofdstuk 6: Kwantitatieve analyse

De verzamelde foto's zijn geordend en geanalyseerd volgens het in de methode besproken codeerschema. In deze kwantitatieve aanpak analyseer ik het aantal foto's, het type foto, de herkomst van de foto's, de plaatsing van de foto's, de grootte van de foto's en het onderwerp van de foto's. Al deze informatie is van belang om het onderzoek naar mediahypes, iconografie en personalisering ook kwantificeerbaar te maken. Hoewel deze onderwerpen bij de kwalitatieve analyse worden besproken, worden de conclusies zo ook cijfermatig onderbouwd.

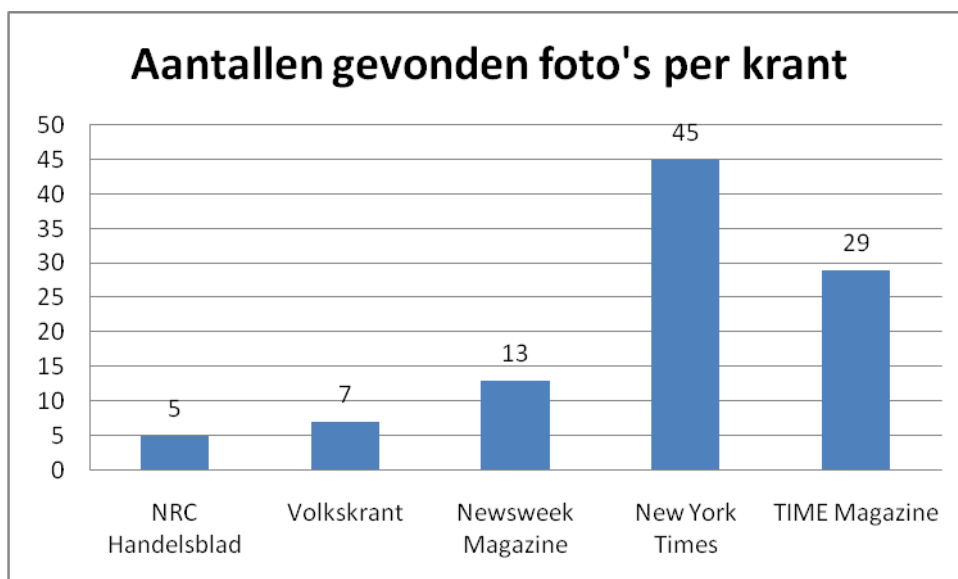
De ingevulde schema's zijn vervolgens verwerkt in Microsoft Excel en in SPSS. Via SPSS konden de percentages bepaald worden en via Excel zijn de illustraties verkregen. In bijlage 1 zijn de ingevulde codeerschema's te vinden.

Hieronder presenteer ik de verschillende kwantitatieve variabelen in cirkel- en staafdiagrammen. Vervolgens geef ik een tussentijdse uitkomst van de kwantitatieve analyse.

6.1 Hoeveelheid foto's

In de verschillende media zijn in totaal 99 foto's gevonden. Het aantal foto's in de Nederlandse kranten is zeer beperkt, vijf foto's in NRC Handelsblad en zeven foto's in de Volkskrant. In de Amerikaanse media zijn er meer foto's gevonden. In Newsweek Magazine zijn 13 foto's gevonden en in TIME Magazine 29 foto's. Via de website van New York Times zijn er in totaal 45 foto's gevonden. De foto's komen uit de periode 1 januari 2009 tot en met 31 januari 2011.

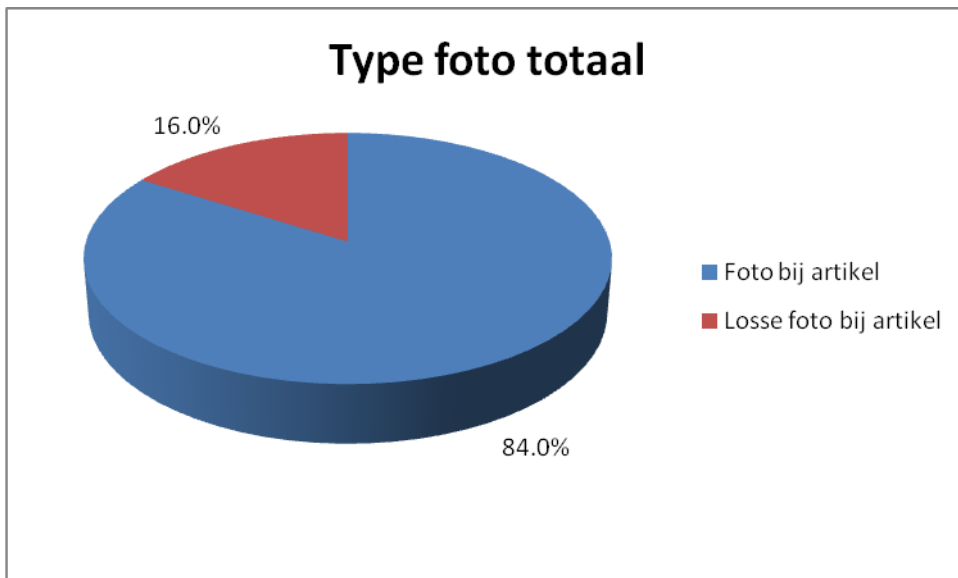
Figuur 6.1



6.2 Type en soort foto's

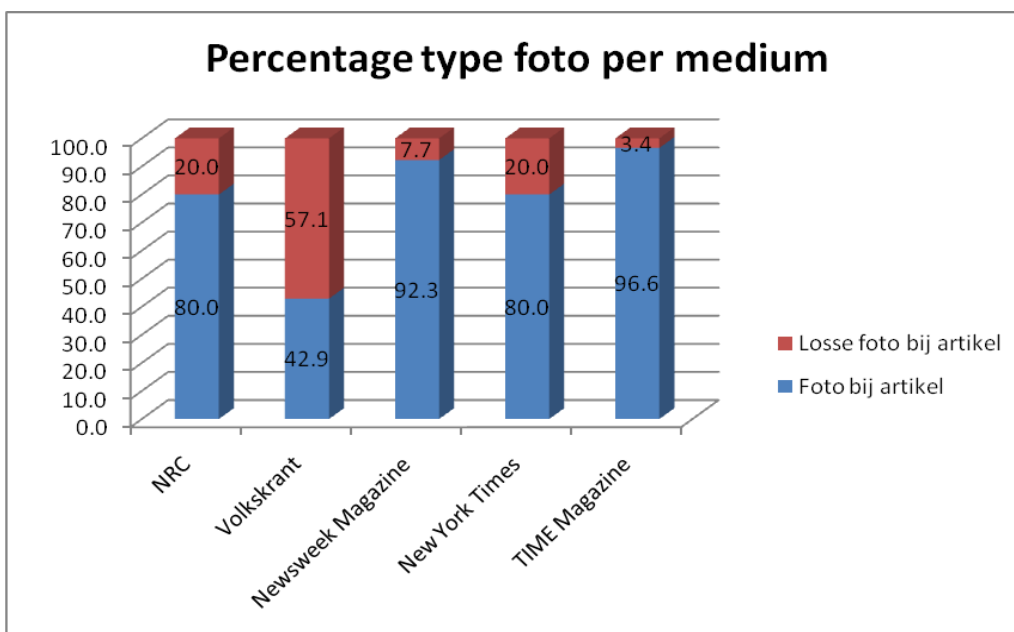
Alle foto's zijn in kleur afgebeeld. Maar niet alle foto's waren direct aan het artikel verbonden. Van de 99 foto's heeft 84% van de foto's een directe relatie met de tekst. De overige 16% heeft niet deze directe relatie, maar laat Sarah Palin zien in een andere omgeving dan waar het onderwerp van de tekst over gaat.

Figuur 6.2



Opvallend is dat van de verschillende media, juist bij de kranten er de meeste 'losse' foto's zijn geplaatst. De meeste losse foto's zijn geplaatst in de Volkskrant, vier van de zeven gevonden foto's.

Figuur 6.3

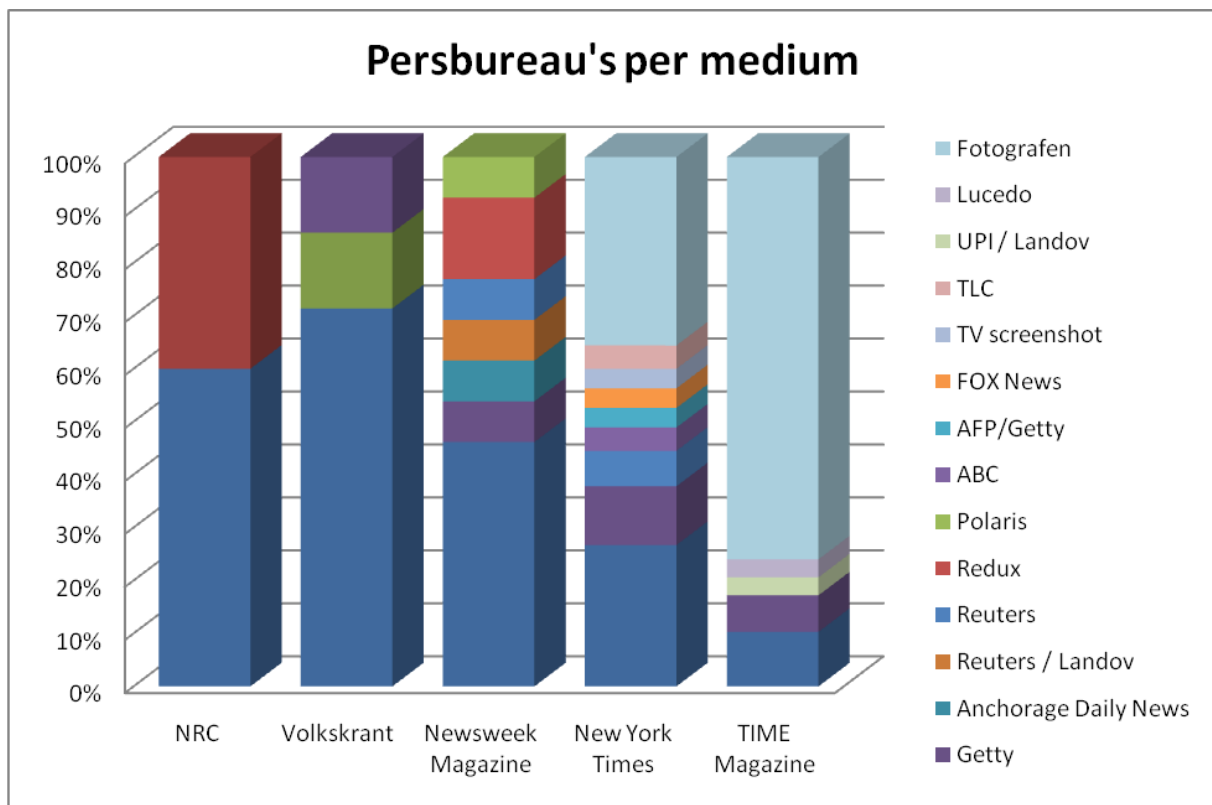


In Newsweek Magazine en TIME Magazine hoort meer dan 90% van de geplaatste foto's bij de artikelen. In deze magazines is worden vaak reportages gemaakt en de gevonden foto's stonden ook veelal bij reportages en artikelen over Sarah Palin.

6.3 Herkomst foto's

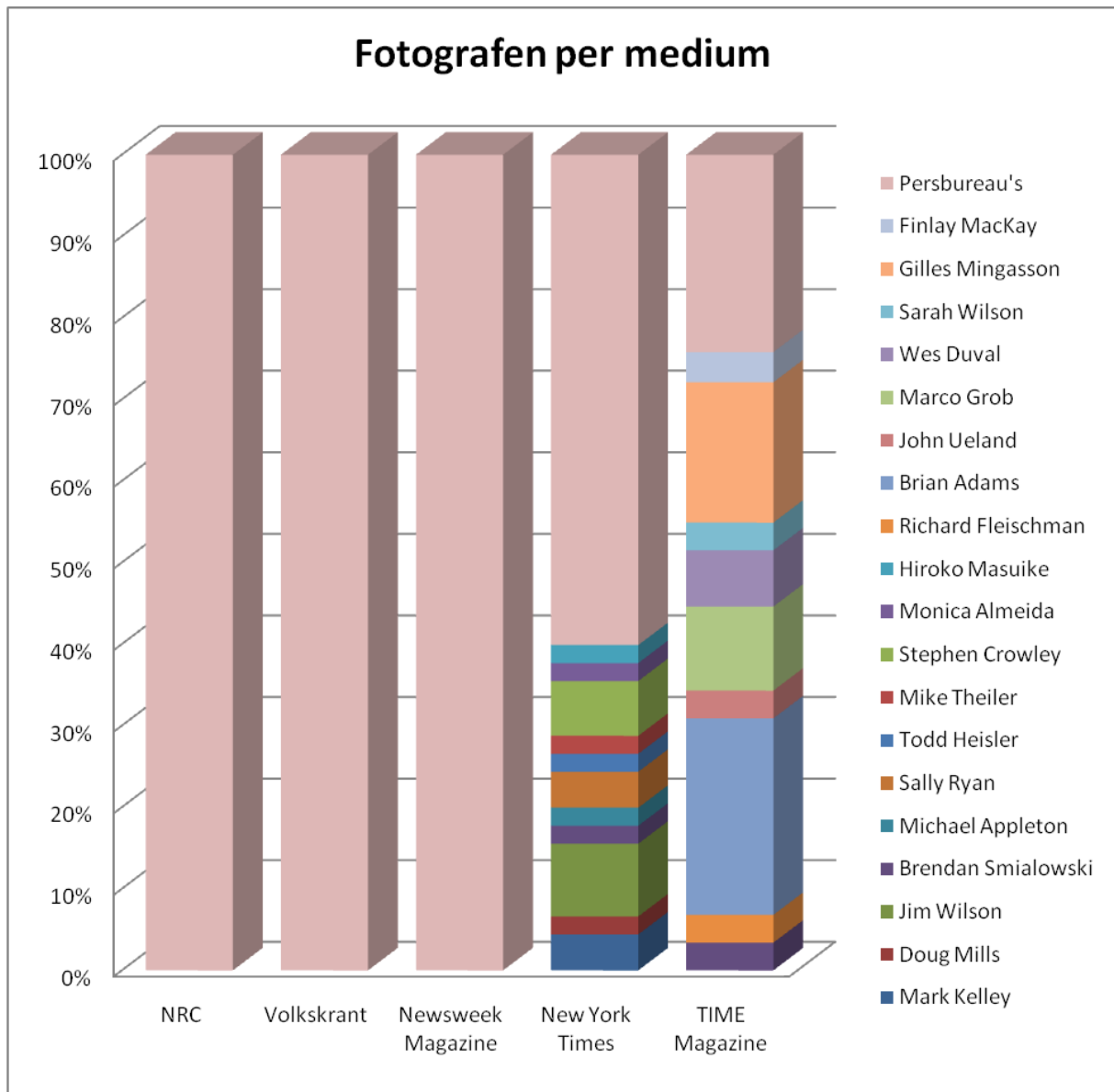
De foto's komen van verschillende bronnen. Deze typen bronnen zijn in te delen in twee categorieën, (foto)persbureau's en fotografen. Hieronder laat ik eerst de verdeling van de persbureau's over de verschillende media zien. Vervolgens laat ik de verdeling van de fotografen over de media zien.

Figuur 6.4



Wat gelijk te zien is, is dat bij met name de New York Times en TIME Magazine er veel werk van freelance of vaste fotografen die in opdracht van de magazines werken wordt gepubliceerd. In de Nederlandse kranten en Newsweek Magazine worden uitsluitend foto's van persbureau's geplaatst. Zo is AP bij NRC Handelsblad, de Volkskrant en Newsweek Magazine hofleverancier. Een ander bureau waar niet veel foto's vandaan komen, maar dat wel in vier van de vijf media een foto heeft, is Getty.

Figuur 6.5



Uit figuur 6.5 is de verdeling van fotografen in de verschillende media af te lezen. Zoals ook al uit figuur 6.4 blijkt, hebben NRC Handelblad, de Volkskrant en Newsweek Magazine geen foto's met daarin een directe verwijzing naar een fotograaf. Hoewel er af en toe wel een fotograaf stond vermeld, was dit niet consequent en heb ik ervoor gekozen het persbureau te noemen. De New York Times en TIME Magazine hebben wel foto's van freelance en eigen fotografen gepubliceerd. TIME Magazine valt daarin op met het feit dat er niet veel foto's van verschillende fotografen worden gebruikt, maar dat een aantal freelance fotografen veel foto's hebben aangeleverd. Deze foto's zijn dan ook weer geplaatst bij reportages van Sarah Palin. Drie freelance fotografen hebben in TIME magazine veel foto's geplaatst gekregen: Brian Adams (7 foto's), Gilles Mingasson

(5 foto's) en Marco Grob (3 foto's). Voor de New York Times zijn Jim Wilson (4 foto's) en Stephen Crowley (3 foto's) 'hofleverancier' van foto's van Sarah Palin.

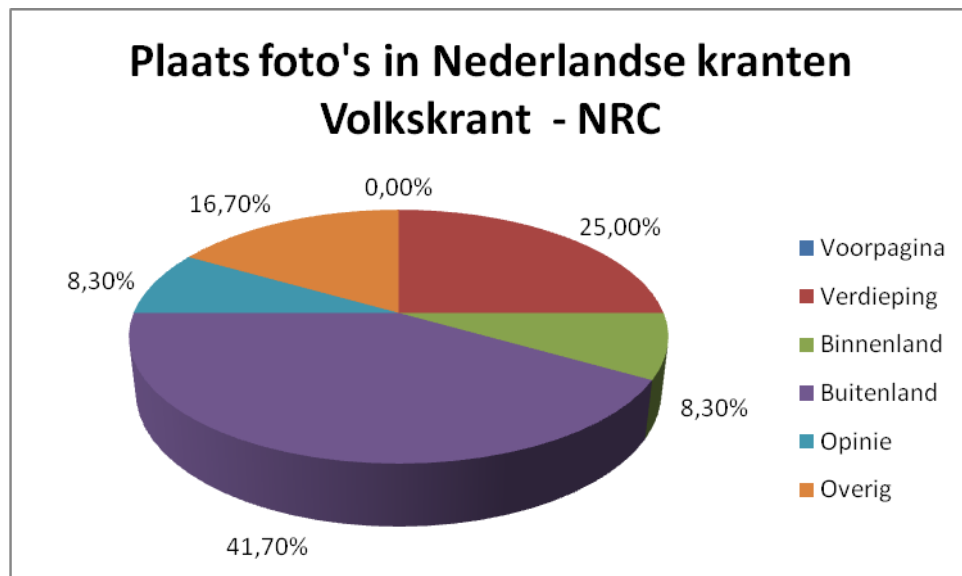
6.4 Plaatsing van foto's in de krant

De figuren 6.6 en 6.7 laten de plaatsing van de foto's in de onderzochte kranten zien. De twee weekbladen TIME Magazine en Newsweek Magazine zijn hierin niet meegenomen omdat in deze media geen duidelijke categorisering te maken is.

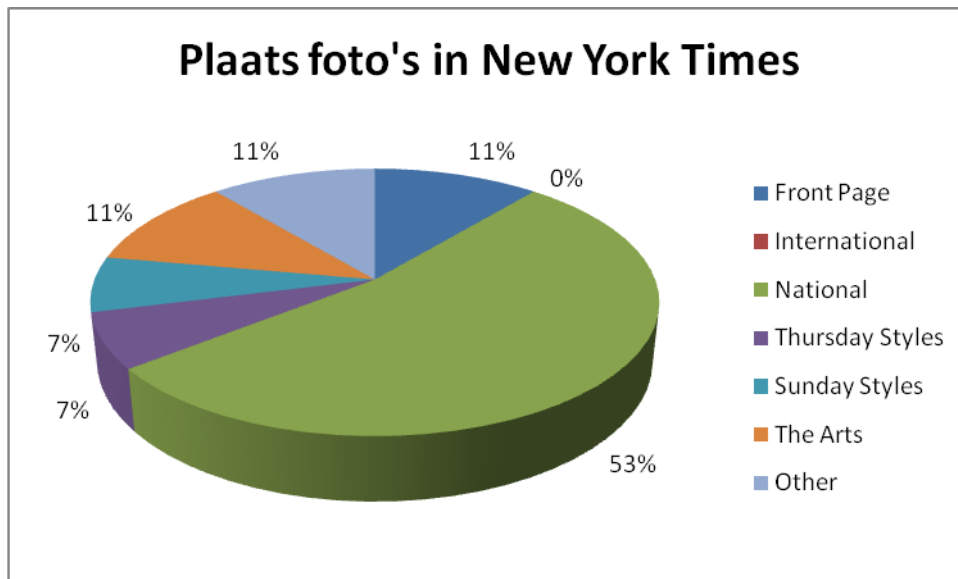
Van de geplaatste foto's is er in de Nederlandse kranten 0% op de voorpagina geplaatst, terwijl in de New York Times 11% van de foto's op de voorpagina is verschenen. In de Nederlandse kranten is 25% van de foto's in de verdiepende pagina's geplaatst. Dit zijn de eerste pagina's na de voorpagina. In de Volkskrant is dit de sectie "Ten Eerste" en in het NRC Handelsblad de sectie "Twee". De New York Times heeft met de Thursday en Sunday Styles een vergelijkbare regelmatig terugkerende categorie waarin bijelkaar opgeteld 14% van de foto's in gevonden worden.

In de Binnenland en Buitenland secties van de kranten is de plaats van de foto's 'gespiegeld' ten opzichte van de New York Times secties National en International. Waar 41,7% van de foto's in Nederland in de Buitenland sectie worden geplaatst, wordt 53% van de Sarah Palin foto's in de New York Times in de sectie National geplaatst. Opvallend is dat er géén foto van Sarah Palin in de buitenlandse sectie, International, staat, maar dat er toch 8,3% van de foto's in Nederland in de Binnenland sectie is geplaatst.

Figuur 6.6



Figuur 6.7



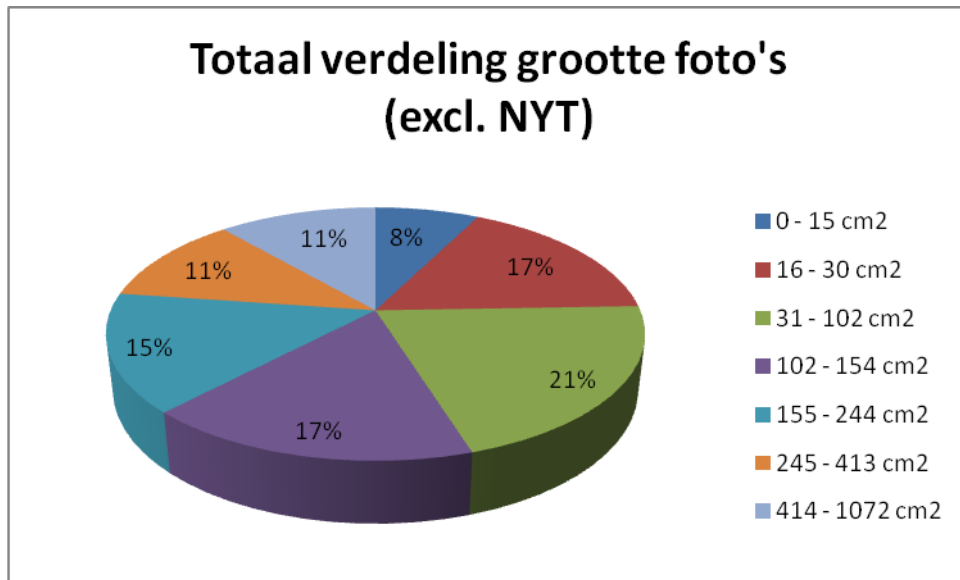
De foto's van Newsweek Magazine en TIME Magazine konden niet in categorieën ingedeeld worden. Daarvoor verschillen de twee weekbladen teveel van elkaar. Wat wel gezegd kan worden is dat in de onderzochte periode in Newsweek Magazine er drie reportages zijn waarbij in totaal zes foto's zijn geplaatst. In TIME Magazine zijn er twee reportages geweest, maar met een totaal van 13 foto's. De plaats van deze reportages is in beide magazines tussen de pagina's 50 en 65, met één stuk over Sarah Palin in TIME Magazine dat op pagina 22 begint. De overige foto's die gevonden zijn in deze twee magazines zijn vaak verspreid door de hele uitgave gepubliceerd.

6.5 Grootte van de foto's

Ook is de grootte van de foto's bepaald. Door iedere foto in centimeters op te meten kan het oppervlak van de foto's bepaald worden. Dit heb ik gedaan omdat de formaten van de verschillende media zelf niet goed onderling te vergelijken zijn. Zo is er een uniforme vergelijking mogelijk. De New York Times is niet in dit schema opgenomen, omdat de foto's van de website zijn gehaald en niet kon worden bepaald wat de grootte van de foto in de papieren versie zou zijn geweest.

Figuur 6.8 laat de totaal verdeling van het oppervlak in de verschillende media zien. De meeste foto's zijn van een oppervlak tussen de 31 en 102 vierkante centimeter, 21 %. Daarna zijn er van twee categorieën evenveel foto's, 17%: van de categorie 16-30 vierkante centimeter en 102-154 vierkante centimeter. Daarna is het, hoe groter de foto, des te minder vaak deze voor komt. 15% van de foto's is tussen de 155-244 vierkante centimeter en 11% van de foto's is tussen de 245-413 vierkante centimeter en 414-1072 vierkante centimeter. Het minst komen kleine foto's (0-15 vierkante centimeter): 8%. Dit zijn foto's met alleen het hoofd van Sarah Palin.

Figuur 6.8

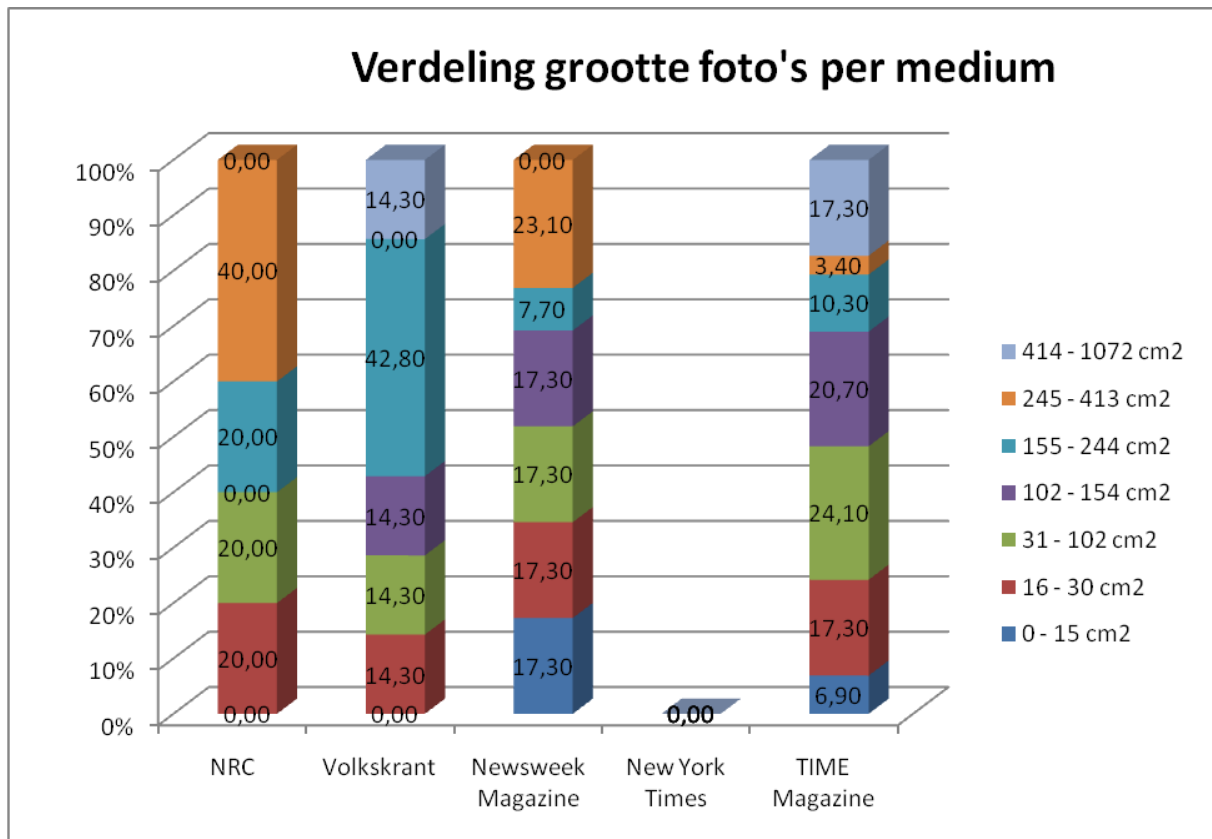


Figuur 6.9 laat nog de verschillen in grootte van de foto's tussen de verschillende media onderling zien. Hier is te zien dat in de Volkskrant en in het NRC Handelsblad een paar relatief grote foto's zijn geplaatst. Voor het lage aantal foto's dat er te vinden is in Nederlandse kranten, is het opvallend dat een aantal van de geplaatste foto's juist grote foto's zijn.

De verdeling qua grootte van foto's in Newsweek Magazine is aardig gelijk, maar hier zijn geen spreads of paginavullende foto's te vinden. Wel zijn er drie foto's (23,1%; 245-413 cm²) die een hele pagina breed zijn en een halve pagina hoog.

In de grootste categorie zijn er maar twee bladen die vertegenwoordigd zijn. Dat zijn de Volkskrant en TIME Magazine. In het geval van de Volkskrant is het een halve pagina grote foto, in TIME Magazine zijn het vijf pagina vullende foto's, portretten uit een reportage, en één spread dat een beeldbewerking is met allemaal grote namen uit de Tea Party Movement bij elkaar.

Figuur 6.9



6.6 Onderwerpen van foto's

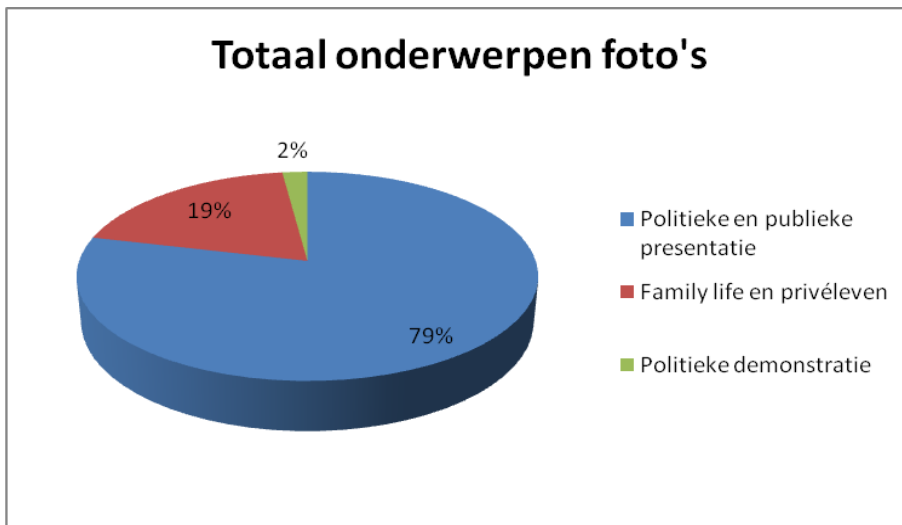
Vooraf aan de analyse is bepaald in welke onderwerpen de foto's gecategoriseerd zouden worden. Er is gekozen voor de onderwerpen 'Politieke en publieke presentatie', 'Family life en privéleven', en 'Politieke demonstratie'. Figuur 6.10 laat de verdeling van de foto's binnen de verschillende onderwerpen zien.

Bij in totaal 79% van de foto's is een foto waarop Sarah Palin aanwezig is bij een politieke dan wel publieke presentatie. Op het merendeel van deze foto's staat zij op podia, houdt zij toespraken of luistert zij bij een bijeenkomst wat haar wordt verteld. Naast toespraken zie je haar ook op foto's waarop zij direct in contact is met het publiek.

Van haar privéleven laat zo'n 19% procent van de foto's iets zien. Dat is toch aanzienlijk voor iemand die vooral met de politiek wordt geassocieerd. Maar in de onderzochte periode, waarin zij ook een andere kant van haar zelf laat zien, heeft zij ook een tweetal boeken uitgebracht en is zij met een eigen 'reality'-show verschenen op tv. Al deze activiteiten hebben er toegeleid dat er ook een kant van het familie leven van Sarah Palin in beeld kwam.

Er is op 2% van de foto's een beeld van aanhangers van Sarah Palin te zien. Het zijn weinig foto's op het totaal, vooral ook omdat Sarah Palin als boegbeeld van de Tea Party ontzettend veel aanhangers heeft weten te verkrijgen. Deze aanhangers zijn in de onderzochte media niet met of in de buurt van Sarah Palin gefotografeerd.

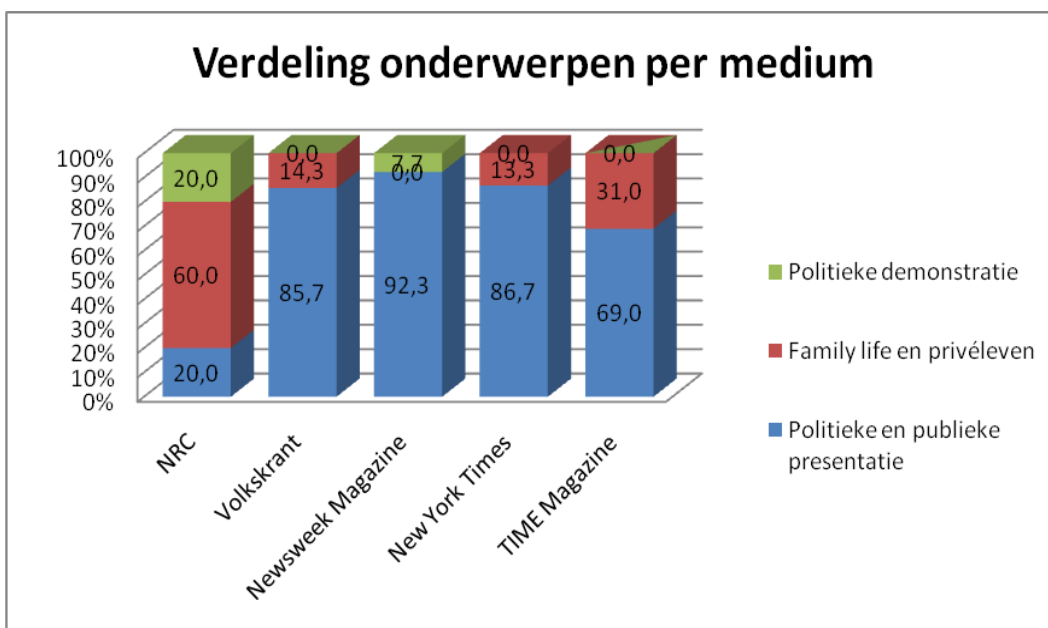
Figuur 6.10



Per krant ziet de verdeling van de onderwerpen er als volgt uit, zie figuur 6.11. Ook hier is duidelijk te zien dat het merendeel van de media foto's met politieke presentaties laten zien. Alleen NRC Handelsblad valt op met 60% van de foto's die family life en privéleven tonen. Daartegenover staat dat Newsweek Magazine 0% family life foto's heeft geplaatst.

Het valt op dat de New York Times en TIME Magazine geen foto's van politieke demonstraties hebben geplaatst. Er zijn in deze twee bladen wel foto's van Sarah Palin met aanhangers. Maar andersom, foto's waar aanhangers van Sarah Palin het onderwerp zijn, komen hier niet voor. De Volkskrant heeft ook geen foto's met een politieke demonstratie.

Figuur 6.11



6.7 Uitkomst kwantitatieve analyse

Het aantal foto's in de Nederlandse media is beperkt. In de Volkskrant en het NRC Handelsblad samen zijn er twaalf foto's gevonden. In de Amerikaanse media zijn in totaal 87 foto's gevonden. Uitschieter is daarbij de New York Times met 45 foto's. De aandacht in de Nederlandse media voor Sarah Palin is dus beperkt.

De kwantitatieve analyse laat een vrij constant beeld zien van het type foto's dat is geplaatst van Sarah Palin. 84% van de foto's hoort bij een artikel. In TIME Magazine en Newsweek Magazine hoort zelfs meer dan 90% van de foto's bij een artikel. Dit komt omdat zij vooral reportages hebben gemaakt over Sarah Palin.

Uit de herkomst van de foto's valt af te leiden dat de 'nieuwsgerichte' media zoals de Volkskrant, het NRC Handelsblad en Newsweek Magazine vooral foto's van persbureau's plaatsen, waarbij Reuters 'hofleverancier' lijkt te zijn. TIME Magazine en Newsweek Magazine plaatsen vooral foto's van eigen fotografen, wederom gemaakt bij de reportages.

De foto's worden in kranten voornamelijk geplaatst in de Binnenland of Buitenland sectie. In Nederlandse kranten stonden de foto's voornamelijk in de Buitenland sectie (41,7%), in de New York Times met name in de Binnenland sectie (53%). In de New York Times stond Sarah Palin ook viermaal op de voorpagina. Ik zal deze beelden in de kwalitatieve analyse verder analyseren. De foto's in overige secties zijn geplaatst bij verdiepende artikelen of boekrecensies. Foto's in de magazines zijn vooral geplaatst bij reportages. Deze reportages komen vaak wel op dezelfde plekken in de magazines voor.

Meer dan de helft van de foto's is groter dan 100 vierkante centimeter, dus groter dan 10 x 10 centimeter. In de Nederlandse media zijn in verhouding tot de Amerikaanse media vaker grote foto's geplaatst. De foto's zijn over het algemeen groot te noemen, alhoewel door de reportages dit een iets vertekend beeld geeft doordat de magazines veel ruimte hebben voor het plaatsen van grote foto's.

79% van de geplaatste foto's zijn foto's met politieke onderwerpen. Slechts 19% is te categoriseren als familielevens of privelevens. Op 2% van de foto's zien we politieke demonstraties. Opvallend is dat bijna alle media met name politiek georiënteerde foto's plaatsen, terwijl het NRC Handelsblad (in verhouding) meer familie of privé georiënteerde foto's laat zien (60%).

Er lijkt een voorbode te ontwaren waaruit een voorkeur voor politieke beelden lijkt te ontstaan. Dit kan duiden op een mogelijke politieke personalisering van Palin.

In de kwalitatieve analyse wordt een aantal foto's nader geanalyseerd. Ik gebruik de kwalitatieve analyse om eerst te kijken wat deze beelden beschrijven en inhouden, om vervolgens te kijken naar een mogelijke mediahype, vormen van personalisering en of er iconen zijn te ontwaren.

Hoofdstuk 7: Kwalitatieve analyse

De eerste algemene kwalitatieve analyse zal worden uitgewerkt met behulp van een kwantitatieve analyse. Van de totale dataset, 99 foto's, zullen de poses, gezichtsuitdrukkingen, kledingstijlen en camerastandpunten grafisch worden weergegeven en beschreven. Ook de teneur van de foto's zal hierbij beschreven worden. Zo wordt er een systematische beschrijving van alle foto's verkregen. Van deze 99 foto's zullen er vervolgens nog 28 foto's uitgebreid kwalitatief worden beschreven. Het is namelijk onmogelijk om dat in deze thesis voor alle 99 foto's te doen. De 28 foto's zijn geselecteerd op basis van hun inhoud. Voor de kwalitatieve analyse is gekozen om alleen actiefoto's te selecteren. Van elke krant worden, indien de foto's voldoen aan de criteria, minimaal vijf foto's kwalitatief geanalyseerd. Door middel van actiefoto's kan Sarah Palin uitgebreid beschreven kan worden.

De 28 foto's, ruim een kwart van het totaal, worden uitgebreid beschreven aan de hand van de volgende onderwerpen: 1) Pose/houding, 2) Objecten/gebouwen/omgeving, 3) Het fotogenieke/esthetiek, 4) Syntaxis (het verhalende van een foto), 5) relatie (sub)kop/foto. De onderwerpen 1, 3 en 5 zijn ook al in het codeerschema gezet. Zo worden de verschillende bevindingen voor de kwalitatieve analyse extra ondersteunt door het codeerschema.

Na de kwalitatieve analyse van de foto's worden de drie thema's mediahype, iconografie en personalisering onderzocht en geanalyseerd. Aan het eind van de analyse zal ik een voorlopige uitkomst van deze kwalitatieve analyse geven.

7.1 Poses, Gezichtsuitdrukking, Kledingstijl, en Camerastandpunt Sarah Palin

7.1.1 Poses

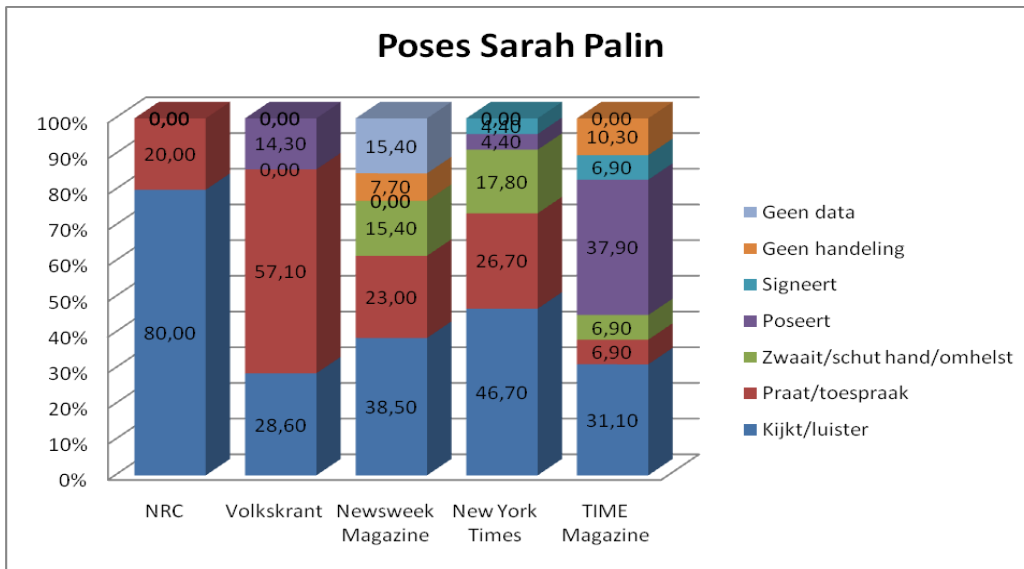
In de volgende vier grafieken komen de poses, kledingstijl, gezichtsuitdrukking en camerastandpunten van de foto's met Sarah Palin aan de orde. Deze resultaten laten zien hoe Sarah Palin wordt neergezet in de verschillende media.

Uit figuur 7.1 blijkt al dat Sarah Palin op de meeste foto's kijkt, dan wel luistert. Ook staat ze veel op de foto's tijdens een toespraak (praat/toespraak). In de Volkskrant is 57,1% van de foto's een foto waarop Sarah Palin praat danwel een toespraak houdt.

In TIME Magazine is zijn 37,9% van de foto's beelden waarop Sarah Palin op poseert. Dat poseren gebeurt dan gelijk weer voor de reportages in het blad. In de Volkskrant poseert zij maar op één foto (14,3%) en in de New York Times twee keer (4,4%).

Op een paar foto's zijn er geen gedefinieerde handelingen te zien of is er geen data. Geen data komt voor bij gevonden pasfoto's. Geen handelingen betekent dat ze niet in de andere categoriën passen.

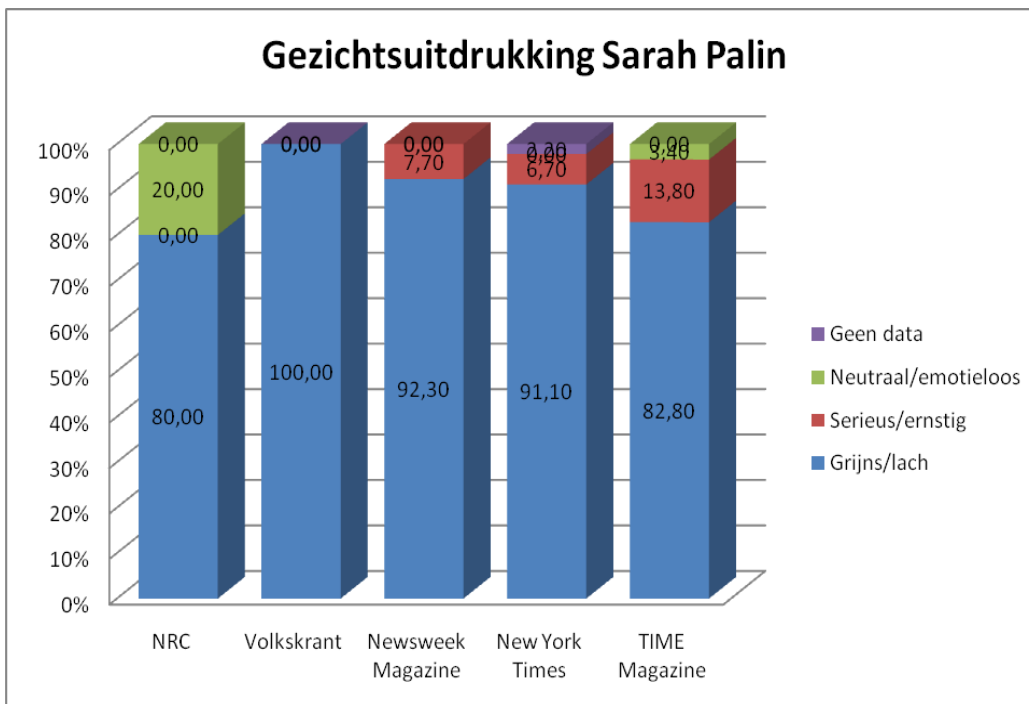
Figuur 7.1



7.1.2 Gezichtsuitdrukking

Sarah Palin is een vrouw die veelal lachend op de foto staat. Figuur 7.2 laat zien dat in bijna alle media zij lachend wordt afgebeeld. Maar in een paar gevallen kijkt ze ernstig of serieus. Neutraal, danwel emotieloos, kijkt ze op één foto in het NRC Handelsblad (20%) en op één foto in TIME Magazine (3,4%).

Figuur 7.2

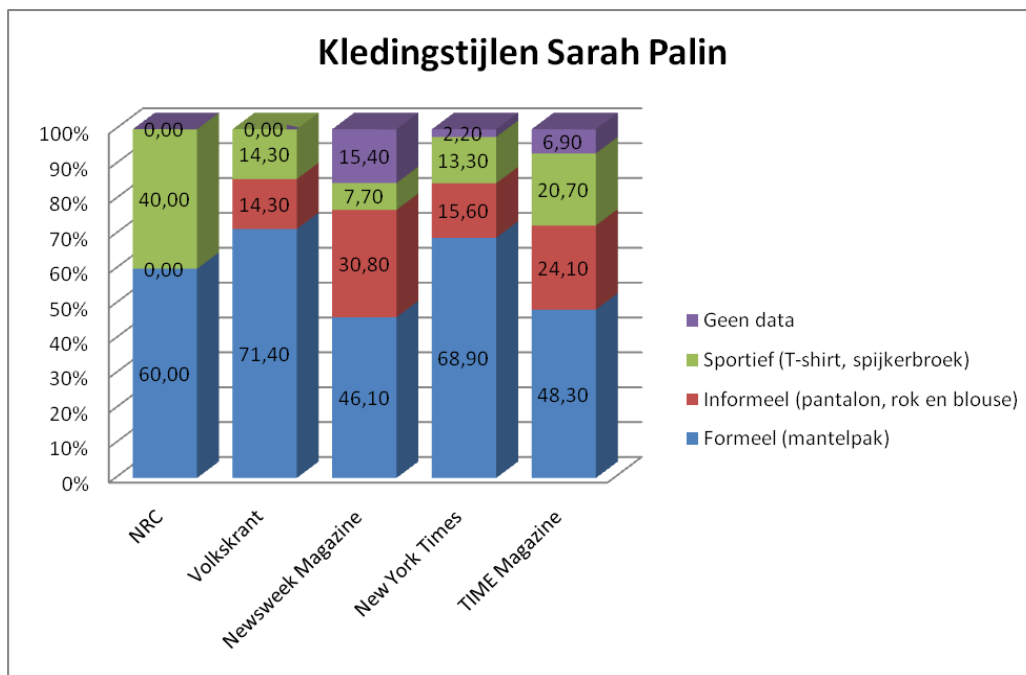


7.1.3 Kledingstijlen

Sarah Palin is overwegend afgebeeld in formele kleding, het mantelpak. Op veel foto's is het onderwerp ook politieke of publieke presentaties, dus het is niet vreemd om te zien dat zij vaak formeel gekleed is.

Hoewel zij op een groot deel van de foto's ook informeel is gekleed, valt het op dat zij ook op veel foto's sportieve kleding aanheeft. Onder sportief valt ook werkkleding en vrijetijdskleding. Sarah Palin wordt namelijk ook vaak afgebeeld in de wildernis van Alaska, maar ook als werkende moeder in de keuken. Uit deze grafiek blijkt al dat zij eigenlijk zeer gevarieerd wordt afgebeeld.

Figuur 7.3

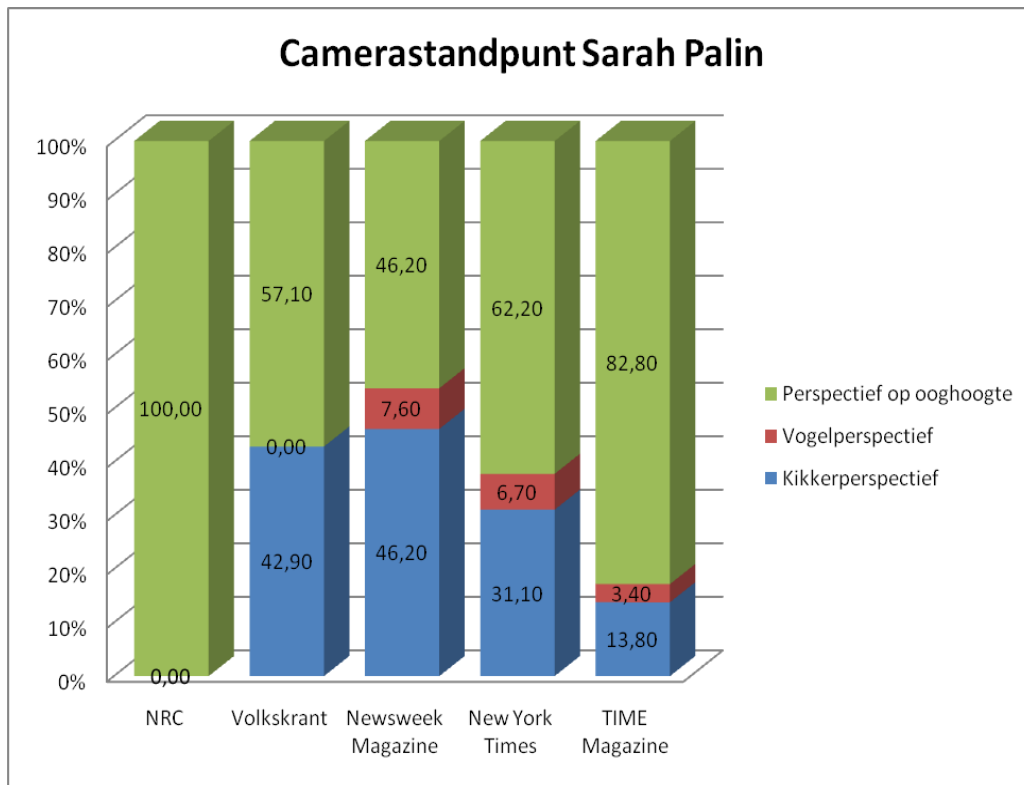


7.1.4 Camerastandpunten

In figuur 7.4 staan de verschillende camerastandpunten van de foto's van Sarah Palin weergegeven. Er zijn weinig foto's vanuit het vogelperspectief gemaakt (7,7% Newsweek Magazine; 6,7% New York Times; 3,4% TIME Magazine).

Het kikkerperspectief maakt dat Sarah Palin op de foto's groter overkomt dan dat zij in werkelijkheid is. Ze wordt van onder gefotografeerd, bijvoorbeeld vanaf de rand van een podium waar zij een speech houdt. Toch zijn de meeste foto's die zijn gevonden gemaakt vanaf ooghoogte.

Figuur 7.4



7.2 De teneur van foto's en de teneur van foto's in combinatie met tekst

7.2.1 De teneur van foto's

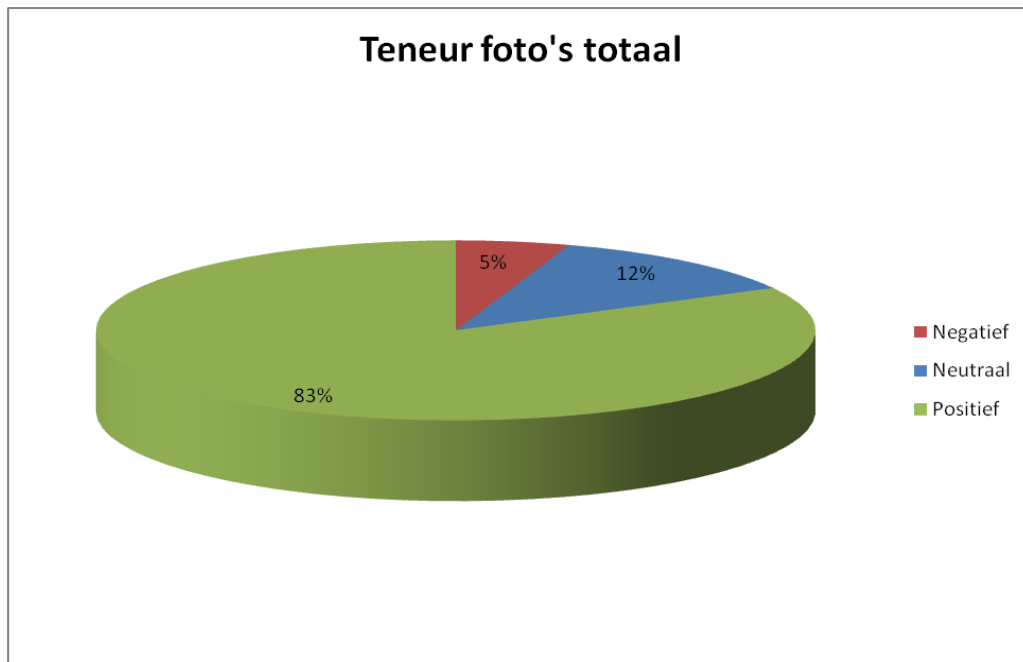
De teneur van de foto's wordt ingedeeld in negatief, neutraal en positief. Het geeft de indruk van de foto weer. Vooraf is bepaald welke situaties als negatief, neutraal en positief kunnen worden ingedeeld. Vervolgens is het codeerschema ingevuld.

Uit figuur 7.5 is af te lezen dat 83% van de foto's als positief is bestempeld, 12% van de foto's als neutraal en 5% als negatief. De negatieve foto's betreffen vaak afbeeldingen waarop er een negatieve podiumpresentatie te zien is, zoals een boze of serieuze Sarah Palin, of waarop ze voor een discussie nog eens haar aantekeningen in haar hand bekijkt.

In totaal is 12% van de foto's bestempeld als neutraal. Dit zijn vooral de foto's waarin het privéleven van Sarah Palin centraal staat. Haar hobby's, haar zorg voor de kinderen, maar ook jagen en andere buitenactiviteiten vallen onder neutraal. Bijna één-achtste van de foto's gaat dus direct over haar als moeder, niet over haar leven als de politicus Palin.

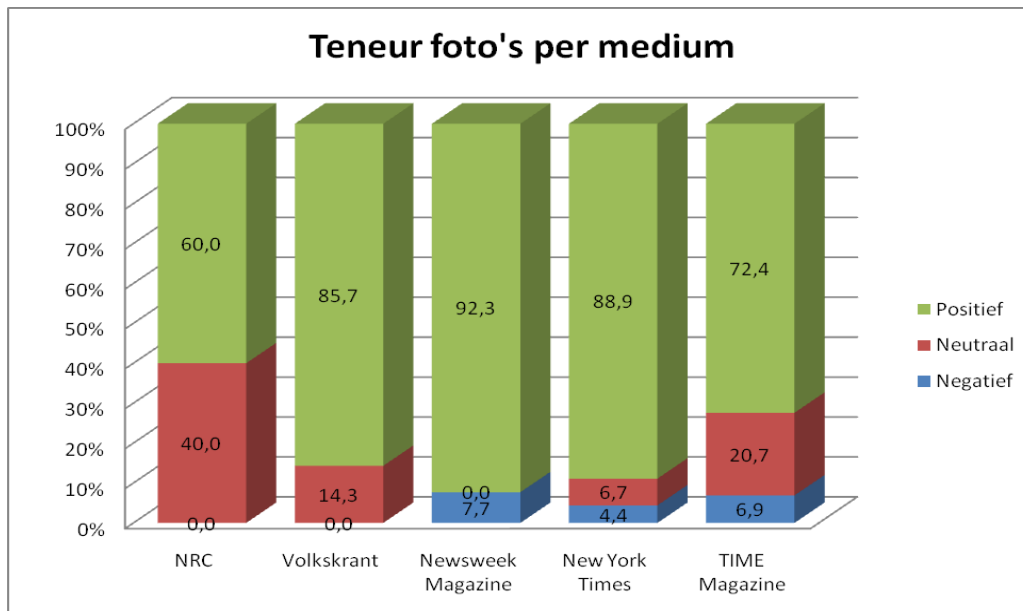
Het overgrote deel van de foto's is toch te bestempelen als positief. Foto's met een lachende Sarah Palin, lachend publiek bij een podiumpresentatie en een gelukkig gezinsleven. 83% van de foto's laat een positief beeld van Sarah Palin zien. In figuur 7.6 is de verdeling van de teneur van de geplaatste foto's per krant weergegeven.

Figuur 7.5



Uit figuur 7.6 is af te lezen dat er alleen negatieve foto's in de Amerikaanse media zijn geplaatst. Daarbij is te zien dat er in verhouding in de Nederlandse media meer neutrale foto's zijn geplaatst ten opzichte van de Amerikaanse bladen. Toch is hier ook goed te zien dat in ieder blad de meeste foto's een postieve teneur hebben.

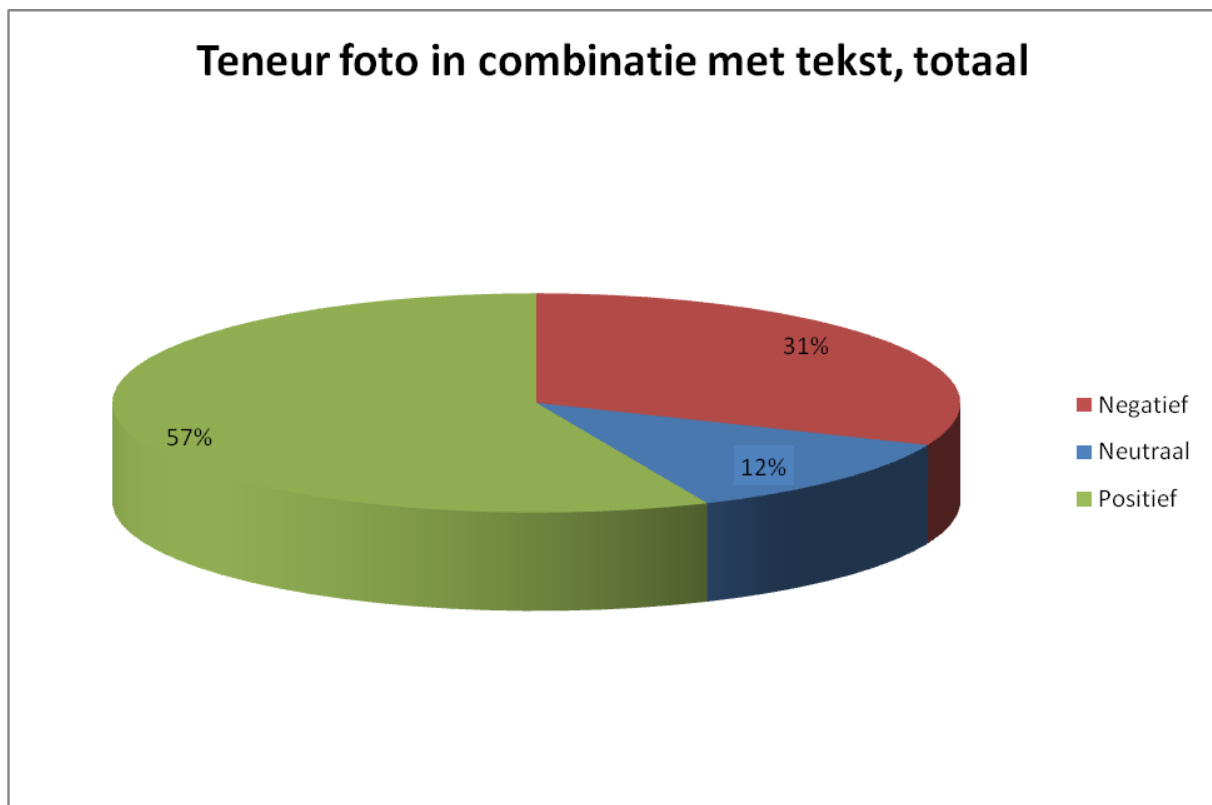
Figuur 7.6



7.2.2 De teneur van foto's in combinatie met tekst

Na het beoordelen van alleen de foto's, is onderzocht of de vastgestelde teneur hetzelfde blijft als de foto in relatie wordt gebracht met (indien aanwezig) de tekst: de kop, de subkop, de lead en het onderschrift. Figuur 7.7 geeft resultaten van de combinatie foto + tekst in alle media weer.

Figuur 7.7

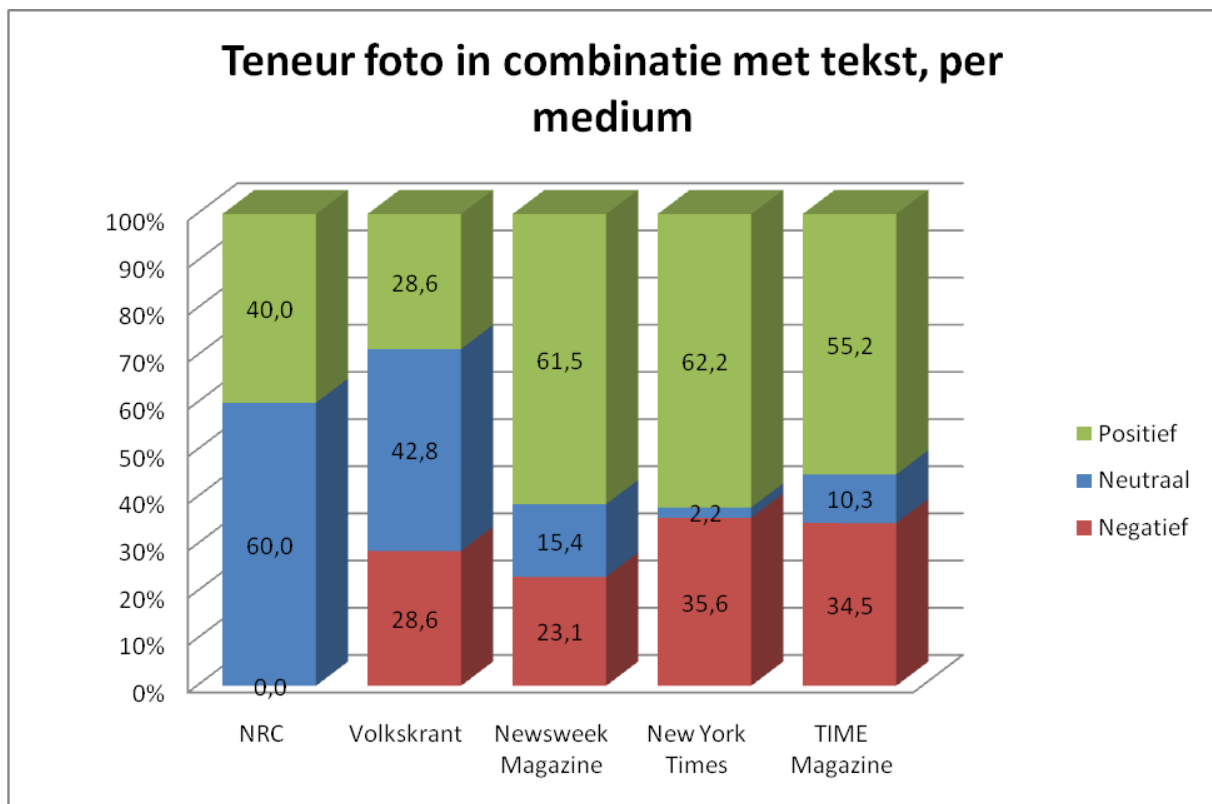


Wat direct opvalt is dat er nu veel minder foto's als positief worden beoordeeld, 57% nu ten opzichte van de teneur zonder tekst, waar 83% positief is. In combinatie met tekst wordt 31% van de foto's negatief beoordeeld. Het aantal foto's dat als neutraal wordt beoordeeld is met 12% gelijk gebleven.

Dit grote verschil in de beoordeling van de teneur laat zien dat een foto die op zich als positief wordt beoordeeld een andere context kan krijgen als de foto in verband wordt gebracht met de tekst van het artikel. De stukken tekst waar de foto's bij zijn geplaatst zijn dus voor een belangrijk deel ook bepalend over hoe er over Sarah Palin gedacht wordt. Bijvoorbeeld: "In het Amerika van Palin is onwetendheid elegant" (Volkskrant; 22-10-10), "Sarah Palin's Resignation Is Another Example of the G.O.P. Split" (New York Times; 05-07-09) en "What does she want?" (TIME Magazine; 20-12-10).

Per medium is, in afbeelding 7.8, de verschuiving van positief naar negatief ook goed te zien. NRC Handelsblad laat nu iets meer neutrale foto's zien (60%) en de Volkskrant heeft nu, in combinatie met tekst, ook enkele negatieve foto's (28,6%). In de Amerikaanse media is goed te zien dat positieve en neutrale foto's meer negatief zijn geworden na de koppeling aan tekst. Hierin zijn de New York Times (35,6%) en TIME Magazine (34,5%) beide even negatief en is Newsweek Magazine met 23,1% het minst negatief.

Figuur 7.8



De beschreven grafieken laten zien hoe Sarah Palin in het algemeen wordt afgebeeld op de gevonden foto's. Het blijkt dus dat ze positief (83%) op de foto's staat. In combinatie met tekst is nog steeds 57% van de foto's positief. Ze is vaak op ooghoogte gefotografeerd. Daarbij lacht ze vaak, is zij meestal formeel gekleed en is ze meestal aan het spreken of kijkt ze toe.

Van deze 99 foto's zijn 28 actiefoto's uit de vijf verschillende media geselecteerd om uitgebreid kwalitatief te bespreken. Vervolgens worden aan de kwalitatieve analyse de drie concepten mediahype, iconografie en personalisering gekoppeld. De grafieken vormen de basis voor deze beschrijving, aangezien zij over alle foto's gaan. Hieronder vervolg ik de kwalitatieve analyse met de analyse van de actiefoto's.

7.3 NRC Handelsblad

De volgende foto's van NRC Handelsblad zijn geselecteerd voor de kwalitatieve analyse:

Tabel 7.1

Foto #	Datum	Kop
Nr. 001	27-07-09	Palin neemt in stijl afscheid van Alaska
Nr. 004	25-11-10	Aanhangers hebben een bord van Palin buiten staan
Nr. 005	31-12-10	Palin als klein meisje samen met haar moeder bij een dode kariboe

Foto 7.1 - #001 - 27-07-09



7.1.1 Pose/Houding

Sarah Palin kijkt naar haar publiek terwijl haar duim opsteekt. Ze lacht daarbij met een blik van goedkeuring.

7.1.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Sarah Palin staat achter een bordes met het gebladerte van een boom op de achtergrond. Het is niet direct te zien waar ze staat, maar het lijkt wel alsof zij in de openlucht staat.

7.1.3 Het fotogenieke/esthetiek

De kleurenfoto is zo genomen dat alleen Sarah Palin het onderwerp van de foto is. Zij staat niet in het midden van de foto, maar het accent is verlegd naar de rechter kant van het beeld.

7.1.4 Syntaxis

Palin kijkt met een opgestoken duim lachend naar het publiek. Het lijkt alsof zij haar goedkeuring geeft aan iets, iemand of het publiek na haar toespraak.

7.1.5 Relatie foto en tekst

De kop bij de tekst waar de foto bij staat is 'Palin neemt in stijl afscheid van Alaska'. De kop verhaalt de manier waarop Palin in haar doen en laten afscheid heeft genomen van haar tijd als Gouverneur van Alaska. Maar het verwijst daarmee ook naar de foto, en de stijlvolle manier waarop Sarah Palin zich altijd weet te presenteren.

Foto 7.2 – #004 - 25-11-10



Onderschrift: "Aanhangers van de Tea Party-volksbeweging in Nevada staan bij een kartonnen versie van Sarah Palin. In de Verenigde Staten grijpt Palinmania om zich heen."

7.2.1 Pose/Houding

De 'kartonnen versie' van Sarah Palin staat lachend met de armen over elkaar te poseren. De mensen eromheen komen bij iets wat lijkt op een stand aan wandelen en lijken te kijken naar wat er achter de stand gebeurt. Dit kunnen wij als kijker niet zien op de foto.

7.2.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Het lijkt een bijeenkomst in een park. Links op de foto zijn parkeerplaatsen en rechts op de foto is een grasveld met bomen te zien.

7.2.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is op ooghoogte genomen. Zo lijkt het alsof je als kijker ook bezoeker bent van hetgeen dat zich daar afspeelt. Het is een zonnige dag, een ideale dag voor een bijeenkomst.

7.2.4 Syntaxis

De foto lijkt het verhaal te vertellen van aanhangers van Sarah Palin die samen komen in een park. Op de tafels ligt koopwaar dat met de Tea Party en Sarah Palin te maken heeft en het kartonnen bord bevestigt dat de bezoeker van de Tea Party bijeenkomst op de juiste plek is aanbeland.

7.2.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel bij de geplaatste foto is: 'Een gevecht Bush-Palin hangt in de lucht'. Het onderschrift luidt: 'Aanhangers van de Tea Party-volksbeweging in Nevada staan bij een kartonnen versie van Sarah Palin. In de Verenigde Staten grijpt Palinmania om zich heen.' Sarah Palin is druk bezig om haar boeken te promoten in deze periode én ze schijnt in de race te zijn om het presidentschap. De tekst bevestigt dat er groepen zijn die écht voor Sarah Palin willen gaan en haar via dergelijke meetings steunen.

Foto 7.3 – #005 - 31-12-10



7.3.1 Pose/Houding

Op de foto zijn twee personen en een dode karihoe te zien. De rechter persoon op de foto is de moeder van Palin, het kind dat links zit is Sarah Palin zelf. De gezichtsuitdrukkingen zijn niet goed te zien, maar ze zitten geknield naast hun jachttrofee.

7.3.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Er zijn geen gebouwen te zien. De omgeving is een besneeuwd gebied in Alaska.

7.3.3 Het fotogenieke/esthetiek

Het lijkt haast een onecht beeld, met je moeder even op jacht. De foto lijkt iets van bovenaf genomen te zijn, dat niet raar is aangezien de personen op de foto geknield zijn en zo ook het doodgeschoten dier goed op de foto komt.

7.3.4 Syntaxis

Moeder en dochter zijn in de winter op jacht gegaan en hebben deze kariboe weten te vangen. De foto laat een moeder zien die haar kind aan het leren is hoe ze in de koude winters van Alaska moet overleven. De warme kleding verradt ook dat het hartje winter is.

7.3.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel waar de foto is bijgeplaatst luidt: 'Het populisme keert zich tegen de Verlichting - niet geheel onterecht; We hoeven niet meer van elkaar te houden'. Het gaat om het feit dat politici alles doen om maar in het nieuws te komen. De foto is geplaatst op het moment dat Sarah Palin op televisie in haar eigen realityshow ook een kariboe heeft doodgeschoten. Sarah Palin is al haar hele leven de vrouw die een kariboe kan neerschieten om zo te zorgen dat haar kinderen genoeg te eten hebben.

7.4 Volkskrant

De volgende foto's van de Volkskrant zijn geselecteerd voor de kwalitatieve analyse:

Tabel 7.2

Foto #	Datum	Kop
Nr. 006	18-11-09	Icoon Sarah Palin is helemaal terug
Nr. 010	02-11-10	Wat is de rol van de staat, daar draait het om bij de 'Tea Partiers'
Nr. 011	13-11-10	President in spe peddelend ineen kajak
Nr. 012	19-11-10	Sarah Palin denkt Obama over twee jaar te kunnen verslaan.

Foto 7.4 – #006 - 18-11-09



Onderschrift: Sarah Palin poseert met haar dochters Piper (links), Willow en Barbara Walters, die Palin interviewde voor Good Morning America van ABC.

7.4.1 Pose/Houding

Op de bank zien we twee vrouwen en een meisje zitten. Op de bank zitten van links naar rechts Sarah Palin en haar dochters Piper Palin en Willow Palin. Op de stoel rechts zit Barbara Walters, presentatrice van 'Good Morning America' van ABC. Ze zitten te poseren, netjes voor de foto die wordt genomen.

7.4.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Het is een typisch Amerikaanse woonkamer waarin zij zich bevinden. Het is niet duidelijk of deze kamer in het huis van Palin is, of een woonkamer in een studioruimte. In ieder geval werd het interview van Barbara Walters met Sarah Palin daar opgenomen.

7.4.3 Het fotogenieke/esthetiek

Ze poseren netjes voor een persmoment. De dochters van Palin zitten er niet zo formeel gekleed bij als hun moeder, dus het is echt een moment ook voor hen geweest om met een bekende presentatrice op de foto te kunnen. De rode woonkamer contrasteert goed met de blauwe kleding.

7.4.4 Syntaxis

Het verhaal van deze foto is dat Sarah Palin haar dochters vaak meeneemt op haar perstour. Haar dochter Piper is vaak aanwezig bij signeersessies. Palin houdt zo de familie bij elkaar en biedt ook een kijkje in haar leven. Zo heeft ze haar kinderen vaak bij zich en zien ze ook wat hun moeder doet. De foto laat de dochters zien voor een "Kodakmoment" met Barbara Walters en een trotse Sarah Palin.

7.4.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel is 'Icoon Sarah Palin is helemaal terug' met als ondertekening bij de foto 'Sarah Palin poseert met haar dochters Piper (links), Willow en Barbara Walters, die Palin interviewde voor Good Morning America van ABC.' Met vooral de kop van het artikel laat de foto zien dat Sarah Palin weer als persoon op de kaart staat en dat ze zelfs bij Barbara Walters, een grootheid bij de ochtendshows in Amerika, op bezoek mag om te vertellen over haar boek.

Foto 7.5 – #010 - 02-11-10



Underschrift: 'Sarah Palin, boegbeeld van de Tea Party-beweging, houdt een toespraak terwijl ze haar zoon Trig in haar armen draagt.'

7.5.1 Pose/Houding

Palin houdt een toespraak terwijl zij haar jongste zoontje Trig en een campagnebord vastheeft.

7.5.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Er is van de omgeving weinig te beschrijven. Er zijn geen gebouwen of een duidelijke plek waar te nemen. Ze staat in ieder geval op een plek waar ook palmbomen groeien, die zijn op de achtergrond te zien. Palin heeft een bord vast met de tekst 'Party like it's' en het jaartal 1773, een verwijzing naar de Boston Tea Party.

7.5.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is vanuit redelijk laag standpunt genomen, je kijkt iets tegen haar op. Dat betekent dat ze op een podium staat. Het is mooi om te zien dat ze haar zoontje op de arm heeft, het laat zien dat ze als moeder ook kan actievoeren.

7.5.4 Syntaxis

Het beeld laat de hard werkende moeder Palin zien bij een Tea Party bijeenkomst. Het bord verwijst naar een nummer van Prince (1999) en het jaartal waarin de Boston Tea Party plaatsvond. Zij is hier als gezicht van de Tea Party actie aan het voeren.

7.5.5 Relatie foto en tekst

De kop luidt 'Wat is de rol van de staat, daar draait het om bij de 'Tea Partiers''. Het onderschrift beschrijft wat we op de foto zien: 'Sarah Palin, boegbeeld van de Tea Party-beweging, houdt een toespraak terwijl ze haar zoon Trig in haar armen draagt.' De leden van de Tea Party willen minder bemoeienis van de staat, iets wat Sarah Palin zelf ook graag ziet gebeuren. Zij gebruikt dus de movement om haar eigen idealen nog verder te verspreiden. Anderzijds gebruikt de Tea Party haar ook omdat ze bekend en ook conservatief is.

Foto 7.6 – #011 - 13-11-10



Onderschrift: 'Sarah Palin bij de boot van haar gezin in Alaska. Het is een foto van een scène uit de tv-soap rond Palin en haar familie, die vanaf zondag in 8 delen te zien is in Amerika.'

7.6.1 Pose/Houding

Palin zit ontspannen en lachend op een paal van de kade voor de boot van haar gezin. Ze lijkt opzij te kijken en te willen reageren op iemand. Toch lijkt het haast wel een geposeerde foto.

7.6.2 Objecten/gebouwen/omgeving

We zien een uitgestrekt water op de achtergrond, een meer of baai of gewoon gelijk de oceaan. De boot ligt bij een aanlegplek waar Sarah Palin nu wacht op vertrek.

7.6.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is op ooghoogte genomen en neemt de kijker echt mee naar het water. Als kijker wil je eigenlijk wel weten waarom ze daar zit en wat er nog meer te zien is.

7.6.4 Syntaxis

Sarah Palin wil altijd graag laten zien dat ze naast politicus ook een goede moeder is en dat ze kan werken in de harde omgeving van Alaska. Deze foto laat zien dat zij ook met een boot kan varen en vissen.

7.6.5 Relatie foto en tekst

De kop boven het artikel 'President in spe peddelend in een kajak' en het onderschrift vertelt: 'Sarah Palin bij de boot van haar gezin in Alaska. Het is een foto van een scène uit de tv-soap rond Palin en haar familie, die vanaf zondag in 8 delen te zien is in Amerika.' De foto is verspreid als promo voor haar realityshow die dan binnenkort gaat beginnen en geeft alvast een voorproefje van wat de kijker kan verwachten. Onder andere dus ook dat ze gaat peddelen in een kajak.

Foto 7.7 – #012 - 19-11-10



Onderschrift: 'Sarah Palin houdt een toespraak in Reno, Nevada, tijdens een toernee van de conservatieve Tea Party-beweging. De voormalige gouverneur van Alaska overweegt of ze het in 2012 zal opnemen tegen president Obama.'

7.7.1 Pose/Houding

Sarah Palin is hier duidelijk een menigte aan het toespreken. Ze is namens de Tea Party een menigte aan het aanmoedigen.

7.7.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Er is van de omgeving niets te zien. Op de achtergrond hangt een groot spandoek van de Tea Party Express IV met de tekst 'Liberty at the ballot box'.

7.7.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is op ooghoogte genomen, maar doordat het doek achter Palin zo groot is lijkt het ook alsof zij op een groot podium staat. Het is meteen duidelijk waar zij voor is gekomen, het spandoek zegt alles.

7.7.4 Syntaxis

Palin heeft een tijd met de Tea Party Express meegereisd om haar idealen en die van de Tea Party aan zoveel mogelijk aanhangers en potentiële aanhangers te laten horen. Deze foto laat één van die momenten tijdens deze reis zien waarbij ze vol overtuiging probeert haar publiek mee te krijgen.

7.7.5 Relatie foto en tekst

De kop bij het artikel is 'Sarah Palin denkt Obama over twee jaar te kunnen verslaan'. En als onderschrift heeft de foto: 'Sarah Palin houdt een toespraak in Reno, Nevada, tijdens een tournee van de conservatieve Tea Party-beweging. De voormalige gouverneur van Alaska overweegt of ze het in 2012 zal opnemen tegen president Obama.' Met de Tea Party Express is Sarah Palin dus druk bezig om stemmers voor haar te winnen om zo een mogelijke overwinning bij de presidentsverkiezingen veilig te stellen.

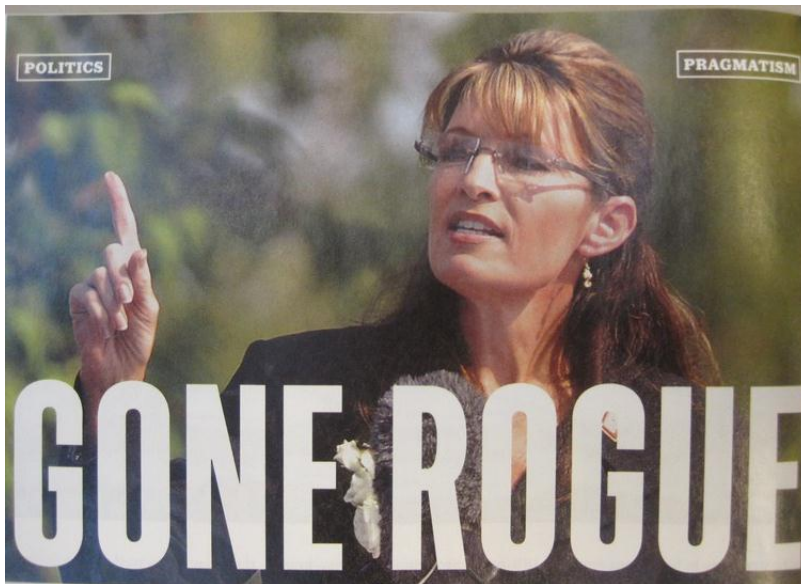
7.5 Newsweek Magazine

De volgende foto's van Newsweek Magazine zijn geselecteerd voor de kwalitatieve analyse:

Tabel 7.3

Foto #	Datum	Kop
Nr. 013	23-11-09	Gone rogue
Nr. 015	23-11-09	Palin's base appeal
Nr. 020	05-07-10	Saint Sarah
Nr. 025	20-12-10	Images of the year

Foto 7.8 – #013 - 23-11-09



7.8.1 Pose/Houding

Op deze foto staat Sarah Palin weer een toespraak te geven, deze keer met opgestoken vinger.

7.8.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Ze staat in de openlucht met op de achtergrond wat begroeiing. Verder is niet te zetten waar ze staat.

7.8.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto die op ooghoogte is genomen laat een mooi beeld van Sarah Palin zien, een beeld waarin zij haar toehoorders iets duidelijk wil maken.

7.8.4 Syntaxis

Sarah Palin laat zien dat ze weet waar ze het over heeft en dat ze dat graag aan iedereen wil laten zien.

7.8.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel luidt: 'Gone Rogue; The Republican right aims to crush the last scattered remnants of the old moderate GOP establishment.' De kop suggereert dat Palin hier als nieuw geluid binnen de Republikeinse Partij wel even wil laten zien wie hier de nieuwe baas gaat worden.

Foto 7.9 – #015 - 23-11-09



7.9.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat bij een bakplaat hotdogs klaar te maken en uit te serveren aan omstanders.

7.9.2 Objecten/gebouwen/omgeving

De omgeving is door het vele publiek lastig te beschrijven. Waarschijnlijk is het een Tea Party bijeenkomst, of is het een markt waar Sarah Palin als vrijwilliger hotdogs serveert.

7.9.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto, die op ooghoogte is genomen, laat een mooie actie van Sarah Palin zien. Ze reikt een hotdog aan iemand aan die al klaar staat met het broodje.

7.9.4 Syntaxis

Sarah Palin is als vrijwilliger bezig om te laten zien dat ze meer dan alleen politicus is en dat ze er ook voor het volk is.

7.9.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel is 'Palin's base appeal', dat vertaald in het Nederlands betekent: de natuurlijke aantrekkingskracht van Palin. Doordat ze laat zien dat ze zo gewoon is en ook tussen het volk kan staan en hotdogs kan klaar maken, maakt dat haar populair en gewild onder de bevolking.

Foto 7.10 – #020 - 05-07-10



Underschrift: "Palin maybe inspiring a new generation of family-values feminists."

7.10.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat handen te schudden bij een bijeenkomst die zij bezoekt. Palin staat rechts onderin de hoek van de foto.

7.10.2 Objecten/gebouwen/omgeving

De omgeving en gebouwen zijn niet te zien. Er is nog wel een deel van het dranghek te zien waarachter de aanhangers van Palin staan.

7.10.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is vanuit een hoog standpunt gemaakt. Zo is goed het publiek te zien dat graag bij Palin wil zijn.

7.10.4 Syntaxis

Sarah Palin staat dicht bij de kiezers en laat zien dat ze de tijd neemt om mensen die haar bezoeken ook nog een hand te geven.

7.10.5 Relatie foto en tekst

De kop en het onderschrift luiden respectievelijk: 'Saint Sarah' en 'Palin maybe inspiring a new generation of family-values feminists.' De foto laat alle fans van Palin zien, vooral vrouwen waarvoor Palin een inspiratiebron is.

Foto 7.11 – #025 - 20-12-10



Onderschrift: "Phoenix, oct. 22. Sarah Palin urges voters at a Tea party rally to choose "common-sense conservatives" in November"

7.10.1 Pose/Houding

Palin staat op een podium het publiek toe te spreken. Ze heeft daarbij haar handen vol, met in haar rechterhand een microfoon, in haar linkerhand een campagnebord en op haar linkerarm haar jongste zoontje Trig.

7.10.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Volgens het onderschrift spreekt Palin het publiek toe in Phoenix. Het is mogelijk in een park, er staan veel (palm)bomen rondom het podium waarop Palin staat. Het campagnebord dat ze vast houdt heeft de tekst "Party like it's" met het jaartal 1773. Achter Palin is een bord met de tekst "Tea Party Express IV" en "Liberty at the ballot box" zichtbaar. Rondom het podium staat veel publiek dat lacht, foto's maakt en naar Palin kijkt.

7.10.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto is vanuit laag standpunt genomen. De fotograaf staat weliswaar op gelijke hoogte met het publiek, maar Sarah Palin staat hoger. De foto laat duidelijk zien wie het middelpunt van de foto is.

7.10.4 Syntaxis

Sarah Palin laat aan het publiek zien waar ze (letterlijk en figuurlijk) voor staat: de Tea Party Movement. Met haar zoontje op haar arm en het bord met de verwijzing naar de Boston Tea Party in 1773 wil ze het publiek overtuigen om voor haar en haar politieke vrienden te kiezen.

7.10.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel waar deze foto bij geplaatst is "Images of the year". Het betreft hier een compilatie artikel in Newsweek Magazine met daarin bijzondere foto's van het jaar 2010. Blijkbaar vonden ze bij Newsweek Magazine dat dit een bijzondere foto is. Het onderschrift maakt dat ook duidelijk: "Phoenix, oct. 22. Sarah Palin urges voters at a Tea party rally to choose "common-sense conservatives" in November".

Palin vraagt het publiek in de toekomst te kiezen voor "common-sense conservatives", voor politici met een gezond verstand die weten wat ze doen. Zij presenteert zichzelf op deze manier ook als een dergelijk politicus. Als politicus weet ze ook haar kinderen te verzorgen, zelfs haar jongste kind dat geboren is met het Syndroom van Down.

7.6 New York Times

De volgende foto's van de New York Times zijn geselecteerd voor de kwalitatieve analyse:

Tabel 7.4

Foto #	Datum	Kop
Nr. 032	05-07-09	Sarah Palin's Resignation Is Another Example of the G.O.P. Split
Nr. 035	13-07-09	Palin's Long March to a Short-Notice Resignation
Nr. 036	19-07-09	For Alaska, a Remarkably Tumultuous Year
Nr. 039	19-11-09	Only Palin's Stylist Knows for Sure
Nr. 048	08-02-10	Palin in 2012? She Says Run is Possible
Nr. 049	09-02-10	To Ace This Interview, Palin Keeps Notes Close
Nr. 051	26-03-10	Palin to Star in a Documentary Series About Alaska
Nr. 066	16-11-10	A Political Persona as Big as the Crowd Will Allow
Nr. 067	28-11-10	Palin Sidesteps Politics at Iowa Book Signing

Foto 7.12 – #032 - 05-07-09



7.12.1 Pose/Houding

John McCain en Sarah Palin staan samen op een podium waarbij ze elkaar de hand schudden. Daarbij lijken ze elkaar net niet aan te kijken en legt Sarah Palin haar linkerhand op de rechterschouder van John McCain. Het lijkt alsof ze bij het handen schudden naar het publiek kijken.

7.12.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Van de omgeving is alleen het publiek te zien. Tussen McCain en Palin en het publiek is nog het tussenschot van het podium waarop zij staan te zien. Het is niet goed te zeggen of ze binnen of buiten staan. Er schijnt wel van meerdere kanten kunstlicht op hen.

7.12.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is door iemand die achterop het podium stond genomen. Zo bekijken we de twee hoofdpersonen, McCain en Palin, op hun rug. De foto focust op hen, zodat het publiek in de verte wazig wordt. De foto is op ooghoogte genomen.

7.12.4 Syntaxis

Sarah Palin en John McCain staan samen op het podium. Mogelijk gaan ze nog een speech geven, of hebben ze dat zojuist gedaan. In ieder geval is het duidelijk dat ze er

als vrienden samen staan om hun politieke ideeën en waarden uit te dragen. Het publiek lijkt voor hen gekomen te zijn, zij zien er niet agressief uit.

7.12.5 Relatie foto en tekst

"Sarah Palin's Resignation Is Another Example of the G.O.P. Split" is de kop van het artikel waar de foto bij hoort. Deze kop is tegenstrijdig met wat de foto laat zien. De foto toont McCain en Palin, in de presidentsverkiezingen van 2008 dé gezichten van de Republikeinse Partij, als twee partijvrienden. Op de foto is geen sprake van een splitsing of scheuring binnen de G.O.P., de "Grand Old Party". De foto laat in ieder geval betere tijden voor de Republikeinse Partij zien.

De voortijdige beëindiging van haar termijn als Gouverneur van Alaska, waarbij ze nu op zoek gaat naar mogelijkheden "to effect positive change outside government" (New York Times, 05-07-09; p. WK1), heeft er in ieder geval voor gezorgd dat de sfeer binnen de partij is veranderd.

Foto 7.13 – #035 - 13-07-09



Onderschrift: 'Gov. Sarah Palin last week at a signing event, for legislation and other items, in the village of McGrath, Alaska.'

7.13.1 Pose/Houding

Sarah Palin zet een handtekening op het shirtje van een kind dat er duidelijk geen zin in heeft. De omstanders kijken er met een lach naar, ze zal het voor de moeder toch moeten ondergaan.

7.13.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Ze staan bij een meer, de bijeenkomst lijkt in een natuurlijke omgeving te zijn.

7.13.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is op ooghoogte genomen en laat zo mooi het zetten van de handtekening zien. Het kind is het middelpunt van de foto. Dit wordt versterkt door de omstanders die kijken naar het signeren. Sarah Palin is links op de foto is gezet.

7.13.4 Syntaxis

De foto laat zien dat er echt fans van Sarah Palin zijn, die zelfs een handtekening willen op het shirt van hun kind. Sarah Palin die op de bijeenkomst is laat dit soort momenten dan ook niet onbenut om goodwill te tonen.

7.13.5 Relatie foto en tekst

Kop en onderschrijf zijn 'Palin's Long March to a Short-Notice Resignation' en 'Gov. Sarah Palin last week at a signing event, for legislation and other items, in the village of McGrath, Alaska.' Palin lijkt op een afscheidstournee, zo vlak voordat ze haar functie als Gouverneur van Alaska aan de wilgen hangt.

Foto 7.14 – #036 – 19-07-09



Onderschrift: "The departing governor, Sarah Palin."

7.14.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat met haar armen over elkaar geslagen, waarbij ze met een zelfverzekerde blik voor zich uit kijkt.

7.14.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Het is niet uit de foto op te maken waar ze naar kijkt of waar ze staat. Het is in ieder geval wel in de openlucht, met in de verte wat begroeiing. Achter Palin staat de Amerikaanse vlag, waarachter nog iemand schuil gaat.

7.14.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto, die op ooghoogte is genomen, zet Sarah Palin en de Amerikaanse vlag centraal. Doordat de fotograaf hierop gefocust heeft, is ervan de situatie waar de foto is genomen niets te zien.

7.14.4 Syntaxis

Sarah Palin staat centraal en ze staat letterlijk, zelfverzekerd voor zich uitkijkend, voor het volk en vaderland in de vorm van de Amerikaanse vlag. Het lijkt alsof ze wil zeggen dat niemand aan haar rechten zal kunnen komen, zolang zij daar staat om de vlag te beschermen.

7.14.5 Relatie foto en tekst

Zo rustig als de foto is, zo tumultueus moet het jaar zijn geweest volgens de kop: "For Alaska, a Remarkably Tumultuous Year." Het onderschrift luidt: "The departing governor, Sarah Palin". Het eigenlijk altijd slaperige Alaska, de uithoek van de Verenigde Staten, was voor even het middelpunt van de wereldpolitiek toen hun eigen gouverneur vicepresidentskandidaat van de Verenigde Staten werd. Toen de verkiezingen werden verloren verwachtte iedereen dat het rustige bestaan zou wederkeren, maar Sarah Palin beëindigde vroegtijdig haar termijn en ging verder met een mediacircus rondom haar leven. Zo lijkt het dus dat Palin op de foto terugkijkt op een tumultueus jaar, waarbij ze wellicht ook vooruitblijkt op haar eigen toekomst.

Foto 7.15 – #039 – 19-11-09



Onderschrift: **"DRESS FOR SUCCESS** Sarah Palin in Valentino at the convention."

7.15.1 Pose/Houding

Sarah Palin en haar man Todd Palin komen lachend een podium oplopen terwijl ze zwaaien naar een uitzinnig publiek. Een deel van het publiek zwaait naar het echtpaar Palin, het publiek op de achtergrond zwaait alweer naar de volgende die opkomt.

7.15.2 Objecten/gebouwen/omgeving

We zien Sarah en Todd bij een conventie die werd gehouden tijdens de presidentsverkiezingen in 2008. Immers, op de achtergrond is onder vlaggetjes van het publiek het spandoek te lezen met de tekst "McCain – Palin". Zij lopen op het pad dat leidt naar of het podium of terug naar de uitgang. Het is te zien dat de aanhangers van McCain en Palin zijn afgeschermd van het pad door middel van dranghekken

7.15.3 Het fotogenieke/esthetiek

De fotograaf zet het echtpaar letterlijk in het middelpunt van de belangstelling. Hoewel het publiek op de achtergrond wacht op de volgende belangrijke persoon, hebben de Palin's op dat moment wel de volle aandacht van het publiek.

7.15.4 Syntaxis

Het is volop campagnetijd en dan moet je er zelfverzekerd en vrolijk uit zien als je het publiek probeert te overtuigen om op je te stemmen. Heel Amerika kijkt immers mee. Todd en Sarah Palin lopen vol zelfvertrouwen tussen hun aanhangers.

7.15.5 Relatie foto en tekst

Het artikel met de kop "Only Palin's Stylist Knows for Sure" als onderschrift bij de foto "DRESS FOR SUCCESS Sarah Palin in Valentino at the convention" is een interview met de stylist van Palin die voor 150.000 dollar aan kleding heeft gekocht tijdens de campagne, iets dat op een grote rel is uitgelopen. In haar verhaal legt ze uit dat ze last-minute inkopen moest doen en er geen andere optie was dan veel geld uitgeven voor mooie kleding. De styliste wist dan ook zeker dat de mooie kleding, hier van 'Valentino', voor succes kon zorgen. Helaas werd de rel rondom deze omvangrijke financiële uitgave zo groot, dat dat mogelijk heeft meegespeeld in haar verlies van de presidentsverkiezingen.

Foto 7.16 – #048 – 08-02-10



Onderschrift: "Sarah Palin and her daughter Piper at a campaign rally Sunday for Gov. Rick Perry of Texas."

7.16.1 Pose/Houding

Palin staat op de achtergrond met grote glimlach en met haar handen over elkaar geslagen te kijken naar de kandidaat gouverneur van Texas, Rick Perry. Links van Palin staat haar jongste dochter Piper zonder echt interesse te tonen in haar handen te klappen. Op de voorgrond zien we Rick Perry vol overgave een speech geven. Op de achtergrond, achter Sarah en Piper, staan aanhangers van Perry te juichen en te klappen met campagneborden.

7.16.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Ze zijn aanwezig op een conventie die draait om Rick Perry. Dat is ook af te lezen aan de tekst op het spreekgestoelte: "Perry, Governor – Texas Values. Proven Leadership. www.rickperry.org". De campagneborden laten dit ook zien. Zo hebben deze teksten als "ProLIFE for Perry", "Vote Perry" en "RICK ROCKS". Het is niet duidelijk of het binnen of in de openlucht is.

7.16.3 Het fotogenieke/esthetiek

Hoewel de avond draait om Rick Perry, is de foto gefocust op Sarah Palin. Alleen zij is scherp weergegeven. Zij staat als bekende Amerikaan en conservatieve politicus op de achtergrond als steun voor Rick Perry. Het lijkt haast wel of de fotograaf haar een stripballon heeft willen meegeven, door de foto zo te maken dat het net lijkt alsof zij wil uitdragen dat "RICK ROCKS", zoals dat ook bij stripfiguren gebeurt. Voor dochter Piper is het het zoveelste campagnemoment en zij vindt het allemaal wel best.

7.16.4 Syntaxis

Sarah Palin is als boegbeeld van conservatief Amerika en de Tea Party ook op zoek naar steun van andere politici. Dit probeert ze te bereiken door op belangrijke posities ook andere conservatieve politici aan de macht te helpen. De steun van Palin aan Perry kan hem net die paar extra stemmen opleveren om tot gouverneur van Texas te worden gekozen. Zo blijft zijzelf ook in de media.

7.16.5 Relatie foto en tekst

"Palin in 2012? She Says Run is Possible" is de kop die bij het artikel hoort waar de foto is geplaatst. Het geeft aan dat Palin het mogelijk acht dat ze zich beschikbaar stelt als presidentskandidaat voor 2012. Hiervoor heeft ze uiteraard veel steun nodig, ook van invloedrijke politici. Door deze politici te steunen of in het zadel te helpen, vergroot ze indirect haar eigen machtspositie.



Onderschrift: "Sarah Palin looked at the palm of her hand during the National Tea Party Convention in Nashville, Tenn., on Saturday."

7.17.1 Pose/Houding

Palin zit op een luxe fauteuil en met een microfoon in haar rechterhand haar aantekeningen te lezen die zij aan de binnenkant van haar linkerhand heeft opgeschreven. Haar interviewer zit in hetzelfde soort leunstoel, al heeft hij zijn aantekeningen op papier staan.

7.17.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin en de interviewer zitten op een podium in luxe fauteuils. Tussen de fauteuils in staat een bijzettafeltje met op de achtergrond de Amerikaanse vlag en wat doeken ter versiering van het podium. De omgeving is verder niet te zien.

7.17.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is vanuit een laag standpunt genomen, waarschijnlijk vanaf de rand van het podium waar de fotografen staan. Sarah Palin is daarbij van de zijkant gefotografeerd, mogelijk daardoor valt het zo goed op dat ze geen papier(tje) in haar handen heeft.

7.17.4 Syntaxis

Palin bereidt zich voor op een komend interview tijdens de National Tea Party Convention in Nashville, Tennessee. Ze wil juist geen flater slaan door tijdens een interview foute dingen te zeggen (iets waar zo nog wel bekend om staat) en heeft haar aantekeningen op haar hand geschreven.

7.17.5 Relatie foto en tekst

De kop van het artikel zegt het al: "To Ace This Interview, Palin Keeps Notes Close". Het onderschrift verduidelijkt het nog een keer: "Sarah Palin looked at the palm of her hand during the National Tea Party Convention in Nashville, Tenn., on Saturday." De kop is ietwat sarcastisch, mede door het feit dat Palin in interviews niet altijd de juiste dingen heeft gezegd. Door nu haar aantekeningen (letterlijk) dichtbij te houden, kan dit interview in de ogen van Palin niet meer mis gaan.

Foto 7.18 – #051 – 26-03-10



Onderschrift: "Sarah Palin, with her daughter Piper. The ex-governor of Alaska will have her own show about the state and its natural wonders."

7.18.1 Pose/Houding

Palin zit lachend als bestuurder op een quad met haar dochter Piper achterop het voertuig.

7.18.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin rijdt met de quad door laag water. Zij en haar dochter Piper hebben allebei een poncho aan. Op de quad zitten allerlei spullen vastgebonden. Het is niet te zien waar ze voor dienen. Het valt op dat Piper een lange broek aan heeft en Palin een korte broek. Het kan dus geen winter zijn, maar het ziet er ook niet uit als hoogzomer. Zij zijn aan het rijden in de natuur van Alaska.

7.18.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is iets van boven genomen, de fotograaf stond waarschijnlijk op de kant en dus iets hoger dan het riviertje. Het laat moeder en dochter zien tijdens een tocht door de natuur.

7.18.4 Syntaxis

Sarah Palin wil zichzelf een bepaald imago aanmeten, namelijk dat van 'grizzly momma'. De moeder die de grillen van de natuur aan kan, haar gezin van alle belangrijke benodigdheden kan voorzien en daarnaast hard kan werken en (in haar geval) zelfs politicus is. Daarom draait zij haar hand ook niet om voor het besturen van de quad in de harde natuur van Alaska.

7.18.5 Relatie foto en tekst

De foto lijkt te zijn opgenomen tijdens opnames van haar eigen realityshow. De kop van het artikel bij deze foto luidt ook "Palin to Star in a Documentary Series About Alaska". Het onderschrift vertelt hetzelfde: "Sarah Palin, with her daughter Piper. The ex-governor of Alaska will have her own show about the state and its natural wonders." In deze serie kan Sarah Palin dus echt laten zien wat ze allemaal nog meer kan naast politicus zijn.

Foto 7.19 - #066 - 16-11-10



Onderschrift: "A scene from "Sarah Palin's Alaska" in her in-laws' kitchen. Ms. Palin is said to be earning about \$250,000 per episode."

7.19.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat voorovergebogen te leunen op een keukenblok in de keuken van haar schoonfamilie. Het lijkt een gemoedelijke sfeer met naast haar een oudere vrouw die ook staat te leunen en op de voorgrond vier personen die aan het eten zijn.

7.19.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin staat in de keuken van haar schoonfamilie. In deze keuken is alles aanwezig voor een goede maaltijd. Jus en koffie op het aanrecht, fruit op het keukenblok en op tafel staan verschillende soorten broodjes en pannenkoeken.

7.19.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto op ooghoogte is zo genomen dat de voorgrond onscherp is en de achtergrond juist scherp. Sarah Palin kijkt vanaf het centrum van de keuken over haar (schoon)familie heen. Opvallend is dat zij en de oudere vrouw niet aan het eten zijn.

7.19.4 Syntaxis

De foto schetst een voor Palin ideaaltypisch beeld. Als hardwerkende vrouw en moeder moet je gewoon ook goed voor je gezin, hier de mannen, kunnen zorgen. De suggestie wordt gewekt dat zij en de oudere vrouw net hebben gekookt voor de mannen die tijdens het harde werken in Alaska een stevige lunch verdienen.

7.19.5 Relatie foto en tekst

De kop voorspelt: "A Political Persona as Big as the Crowd Will Allow". Sarah Palin kan heel groot worden als politicus, maar het publiek moet haar kiezen. Door via deze reality show te laten zien dat ze meer is dan alleen politicus, speelt ze slim in op het familiesentiment van haar potentiële kiezers. Het onderschrift bevestigt dat het een scene is uit haar serie "Sarah Palin's Alaska": "A scene from "Sarah Palin's Alaska" in her in-laws' kitchen. Ms. Palin is said to be earning about \$250,000 per episode." Voor het creëren van dit idealbeeld krijgt zij ook nog eens \$250,000 per aflevering.

Foto 7.20 – #67 – 28-11-10



Onderschrift: "Sarah Palin greeted signed her book "America by Heart" at a book signing event in West Des Moines, Iowa, on Saturday."

7.20.1 Pose/Houding

Sarah Palin zit achter een bureau met een pen in haar hand klaar om een boek te signeren. Voordat ze overgaat tot het signeren maakt ze op de foto een praatje met iemand die haar handtekening wil.

7.20.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Er is in een boekenwinkel speciaal ruimte ingericht voor Palin om belangstellenden te ontvangen zodat ze boeken kan signeren. Rondom Palin staan schermen die haar afschermen van de rest van de winkel. Achter Palin staat een reclamezuil en een uitvergroting van de cover van haar boek "America by Heart". Voor haar staan mensen geduldig in de rij met een boek dat ze graag gesigneerd willen hebben.

7.20.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto, die iets van onder is genomen, focust niet in de eerste plaats op Palin zelf, maar op de bezoekers die wachten op een handtekening. Zij nemen het grootste deel van de foto in beslag. Je moet de rij als het ware volgen naar voren om te zien waarom zij in de rij staan.

7.20.4 Syntaxis

Palin is in 2010 op promotietour door de Verenigde Staten voor haar tweede boek "America by Heart". Bij zo'n promotour hoort, naast vele tv en radio-optredens, ook altijd een signersessie op de plek waar ze op dat moment is.

7.20.5 Relatie foto en tekst

Hoewel Palin natuurlijk bekend is geworden door haar politieke carrière, zit zij hier nu als schrijfster van haar boek en in die hoedanigheid signeert zij nu ook. De kop van het artikel maakt dat direct duidelijk: "Palin Sidesteps Politics at Iowa Book Signing". Ze maakt een uitstapje uit de politiek met haar leven als schrijfster.

7.7 TIME Magazine

De volgende foto's van TIME Magazine zijn geselecteerd voor de kwalitatieve analyse:

Tabel 7.5

Foto #	Datum	Kop
Nr. 074	20-07-09	Way Out on the Frontier
Nr. 088	17-05-10	The Time 100 gala
Nr. 091	25-11-10	North Star
Nr. 092	25-11-10	North Star
Nr. 093	25-11-10	North Star
Nr. 094	25-11-10	North Star
Nr. 095	25-11-10	North Star
Nr. 098	20-12-10	What does she want?

Foto 7.21 – #074 – 20-07-09



Onderschrift: "New directions; Palin plans to string for "people who can effect change". A 2012 presidential run is anyone's guess."

7.21.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat relaxt, met haar handen in haar broekzakken, met een glimlach naar iets in de verte te kijken. Ze is hier aan het poseren voor een fotograaf van TIME Magazine.

7.21.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Ze staat in het midden van een brede, harde zandweg in Alaska. Langs beide kanten van de weg is er een kleine berm met daarachter gelijk de grote naaldbomen. In de verte buigt de weg af naar links. Het is een zonnige dag.

7.21.3 Het fotogenieke/esthetiek

Deze foto op ooghoogte is paginagroot in TIME Magazine geplaatst. Het is de eerste foto bij een artikel over Palin.

7.21.4 Syntaxis

Palin wordt op deze foto neergezet op een plek waar zij zich thuis voelt. Zij staat midden in de natuur in haar Alaska. We zien Palin op haar best, zonder poespas, vol zelfvertrouwen.

7.21.5 Relatie foto en tekst

De kop bij het artikel luidt: "Way Out on the Frontier". Dit artikel heeft ook nog een subkop: "Sarah Palin's outsider politics takes her on the road less traveled. But where is she going?" Het is een leuke woordspeling in combinatie met de foto. Ze staat op de weg vol zelfvertrouwen, klaar om een nieuw avontuur aan te gaan. Maar waarheen leidt deze weg, dat is de vraag. Toch kandidaat voor het presidentschap voor 2012, of een succesvolle tv-carrière met daarbij goed verkopende boeken? Het onderschrift van de foto onderstreept de vraag wat de toekomst Sarah Palin zal gaan brengen: "New directions; Palin plans to string for "people who can effect change." A 2012 presidential run is anyone's guess."

Foto 7.22 – #088 – 17-05-10



Onderschrift: "Family Dinner; Time 100 honoree Sarah Palin with her husband Todd and daughter Piper."

7.22.1 Pose/Houding

Todd, Piper en Sarah poseren voor de TIME Magazine fotograaf tijdens het diner. Sarah en Piper buigen iets naar elkaar toe. Alle drie kijken ze lachend naar de camera.

7.22.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Ze zitten aan tafel in de zaal waar gegeten wordt bij het TIME Magazine "Time 100 gala". Op de luxe gedekte tafel staan de glazen voor de verschillende soorten wijnen en het glas voor het water. Op de achtergrond staan mannen in smoking. Het is niet duidelijk of het bedienden of gasten zijn. Op de voorgrond staat op tafel een bos met rozen.

7.22.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto is iets van boven genomen. De fotograaf liep langs en is blijven staan bij de tafel met het gezin Palin om, terwijl zij zitten te genieten van de avond, een foto te maken.

7.22.4 Syntaxis

Sarah Palin heeft ten tijde van de foto twee roerige jaren achter de rug. Dat heeft haar geen windeieren gelegd, want ze zit nu als één van de eregasten bij het Time 100 gala. Deze foto laat een gelukkig gezin zien dat voor deze speciale gelegenheid netjes gekleed is. Onbekend is of de rest van het gezin ook aanwezig was.

7.22.5 Relatie foto en tekst

De kop en het ondertekening van het artikel beschrijven de situatie waarin het gezin Palin zich bevindt. De kop luidt: "The Time 100 gala", het ondertekening luidt: "Family Dinner; Time 100 honoree Sarah Palin with her husband Todd and daughter Piper".

Foto 7.23 – #091 – 25-11-10



Ondertekening: "Loaded for bear; Palin exercises her Second Amendment rights at a Wasilla gun store."

7.23.1 Pose/Houding

Palin kijkt om zich heen terwijl ze losjes en relaxt een shotgun vasthoudt.

7.23.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin staat in een "gun store" in de plaats Wasilla. Ze wordt omringd door allerlei verschillende soorten geweren. Op de toonbank staan de aanbiedingen, met een speciale aanbieding van een geweer voor 749 dollar. Het moge duidelijk zijn dat je hier niet moet zijn voor je dagelijkse boodschappen.

7.23.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto straalt een bepaalde rust uit, ondanks dat de foto, die op ooghoogte is genomen, in geweerwinkel is genomen. Palin lijkt te weten hoe ze het geweer moet vasthouden en hoe ze er mee om moet gaan. Je hebt er als kijker vertrouwen in dat er geen vreselijke dingen zullen gebeuren.

7.23.4 Syntaxis

Palin is voorstander van het recht dat iedere Amerikaan zich moet kunnen verdedigen door middel van een geweer als hij of zij bedreigd wordt. Dit recht wordt ook wel de "Second Amendment" genoemd. Deze foto bevestigt de ideeën van Palin, ook voor haar is het de normaalste zaak dat er "even" een geweer wordt uitgezocht.

7.23.5 Relatie foto en tekst

Als kop heeft de tekst "North Star". Palin is in de afgelopen jaren de ster uit het noorden geworden, met haar eigzinnige ideeën en uitspraken. Niemand had ooit gedacht dat deze ster uit het noorden het zover zou schoppen.

Het onderschrift verhaalt haar positie ten opzichte van het recht op zelfbescherming: "Loaded for bear; Palin exercises her Second Amendment rights at a Wasilla gun store." Het is maar één van haar normen en waarden die als conservatief worden bestempeld, en ook het makkelijkst in beeld te brengen is.

Apart bespreken relatie foto met tekst; foto's 7.24 tot en met 7.27.

Van de foto's 7.24 tot en met 7.27 (foto's 092 tot en met 095 in het databestand) zal de relatie tussen de foto en de tekst samen worden besproken. Deze vier foto's behoren allemaal bij hetzelfde artikel en vormen een eenheid wat betreft onderwerp. Er wordt zo een derde effect gecreëerd. Juist daarom is interessant om de vier foto's samen in relatie tot hun onderschriften te bespreken.

Foto 7.24 – #092 – 25-11- 10



Onderschrift: "Palin rides an ATV"

7.24.1 Pose/Houding

Palin zit lachend een ATV (All Terrain Vehicle, ook wel een quad) door de modder te rijden.

7.24.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin rijdt met haar ATV door de natuur over een zeer modderig zandpad. Haar beschermende kleding is tot en met haar middel bedekt met modder. Ook een groot deel van het voertuig is met modder bedekt. Op de achtergrond is allerlei begroeiing te zien.

7.24.3 Het fotogenieke/esthetiek

De foto toont een Palin in volle vaart terwijl ze even lacht naar de fotograaf. Ze is het middelpunt van de foto. Opvallend is het blauwe schoeisel waar een hakje aan lijkt te zitten. Niet goed te zien is of het schoenen of laarzen zijn.

7.24.4 Syntaxis

Palin laat hier zien dat ze ook flink kan doorrijden in de grote wouden van Alaska. Zij verplaatst zich zonder problemen met ieder voertuig.

Foto 7.25 – #093 – 25-11-10



Onderschrift: "Palin fells a tree at logging camp"

7.25.1 Pose/Houding

Sarah Palin staat op een boomstam met in haar handen een kettingzaag. Ze kijkt opzij naar de boomstam die zij zojuist heeft omgezaagd.

7.25.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin bevindt zich in een bos van naaldbomen. Om haar heen is vooral een dichte begroeiing van bomen te zien. Er zijn geen gebouwen waar te nemen.

7.25.3 Het fotogenieke/esthetiek

De kleding van Palin contrasteert heel duidelijk met de omgeving. Haar rood/oranje veiligheidskleden en haar gele helm steken af tegen het groen en het bruin van de natuur. Hierdoor valt zij direct op.

7.25.4 Syntaxis

Palin is op bezoek bij een 'logging camp', een plek waar bomen worden omgezaagd voor verdere bewerking. Hier laat ze zien dat zij ook een boom kan omzagen.

Foto 7.26 – #094 – 25-11-10



Onderschrift: "Palin does a stint waiting tables"

7.26.1 Pose/Houding

Palin serveert drie borden met eten.

7.26.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Sarah Palin serveert in een restaurant, achter Palin is een bordje te zien met daarop het woord restaurant. Op de achtergrond zijn bezoekers te zien. Aan de muren hangen schilderijen en een klok. Tegen de ramen is één lange bank geplaatst met daarvoor tafels en stoelen.

7.26.3 Het fotogenieke/esthetiek

Ze kijkt geconcentreerd naar de borden terwijl ze naar de gasten loopt. Je ziet niet direct dat het Palin is, maar uiteindelijk herken je haar wel. Het ziet er allemaal uit als een normaal dagelijks tafereel. Bijzonder is nu dat Sarah Palin het eten aan het uitserveren is.

7.26.4 Syntaxis

Palin wil graag laten zien dat ze ook een "gewone" baan als serveerster kan. Zo laat ze zien dat ze zich ook onder de mensen kan begeven.

Foto 7.27 – #095 – 25-11-10



Onderschrift: "Palin relaxes in the family RV"

7.27.1 Pose/Houding

Het lijkt alsof ze naar iemand luistert, naar iemand die net niet op de foto staat. Ze zit in een soort joggingpak met blote voeten in een grote relaxte stoel die in de familie RV (Recreational Vehicle) staat.

7.27.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Palin zit in de RV van het gezin. Het is niet te zien waar zij zich nu met de RV bevindt.

7.27.3 Het fotogenieke/esthetiek

Op deze, op ooghoogte genomen foto, zien we een Sarah Palin die even rust en wat aan het lezen is.

7.27.4 Syntaxis

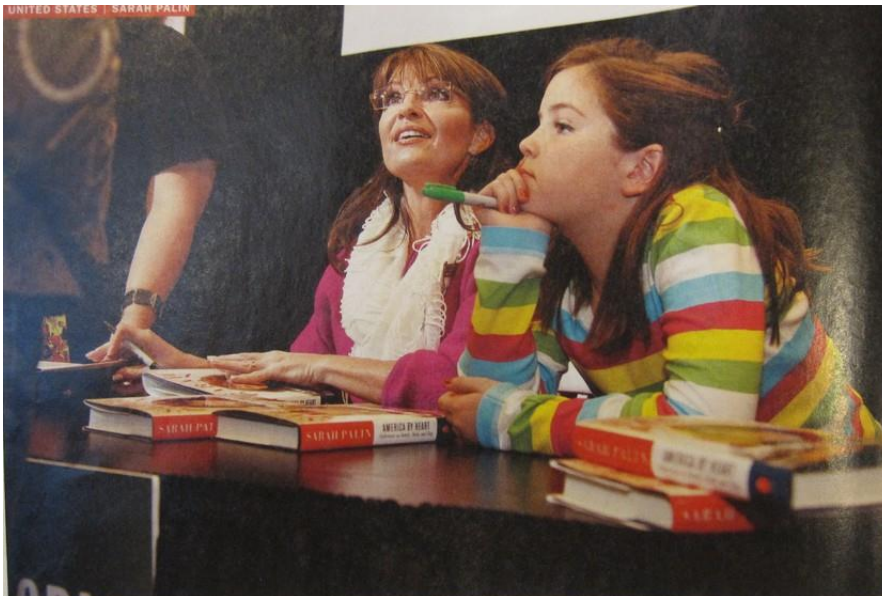
Ook politici hebben rust nodig. Deze foto gunt de kijker een kleine blik in het privéleven van Sarah Palin, het laat zien hoe zij uitrust terwijl ze op reis is.

Foto 7.24 t/m 7.27 Relatie foto en tekst - #092, #093, #094, #095 – 25-11-10

De lead bij het artikel waar deze foto's bij zijn geplaatst gaat als volgt: "Mixing nature, family and politics, Sarah Palin's Alaska positions the Mama Grizzly in Chief for reality-TV fame." Zet daarbij de vier onderschriften achter elkaar, "Palin rides an ATV"; "Palin fells a tree at logging camp"; "Palin does a stint waiting tables"; "Palin relaxes in the family RV", en het is duidelijk dat Palin van meerdere markten thuis is. Ze is echt een "North Star", zoals de kop ons wil doen geloven. Ook de foto waarop ze met de shotgun staat hoort bij dit artikel.

Palin weet zich als de 'grizzly momma' neer te zetten, geen opdracht is haar te veel en geen situatie te groot. Dit beeld, van Palin die alles kan, moet bij de Amerikaanse kiezers worden overgebracht zodat zij gaan geloven dat Palin de beste kandidaat is voor de presidentsverkiezingen van 2012.

Foto 7.28 – #098 – 20-12-10



Onderschrift: "A grizzly tour; Palin, with daughter Piper, wrote America by Heart last summer while filming her television series on Alaska"

7.28.1 Pose/Houding

Palin kijkt vriendelijk en aandachtig naar een bezoeker van de signeursessie. Iemand wil graag een boek door haar gesigneerd hebben. Haar dochter Piper zit met haar rechterhand onder haar hoofd, zij kijkt enigszins verveeld voor zich uit.

7.28.2 Objecten/gebouwen/omgeving

Sarah en Piper zitten aan een bureau met daarop vijf exemplaren van het tweede boek van Palin, "America by Heart". Rechts van Palin is een arm te zien van een bezoeker. De achtergrond en het bureau zijn zwart. Verder is er weinig van de omgeving van de signeersessie te zien.

7.28.3 Het fotogenieke/esthetiek

Sarah en Piper hebben vrolijk gekleurde kleding aan, er is niets formeels aan deze kleding te zien. Het is goed te zien dat Sarah nog wel even door kan, maar dat het voor Piper allemaal net wat te lang duurt.

7.28.4 Syntaxis

Deze foto laat zien dat een signeertour vooral voor jonge kinderen slopend kan zijn.

7.28.5 Relatie foto en tekst

Het volk wil weten wat ze gaat doen, blijft ze aan de zijlijn staan of gaat ze weer de politiek in door zich beschikbaar te stellen voor de presidentsverkiezingen? De kop luidt ook "What does she want?". Ze laat niets doorschemeren en in december 2010 zijn haar publieke optredens vooral gericht op signeersessies.

Het onderschrift, "A grizzly tour; Palin, with daughter Piper, wrote America by Heart last summer while filming her television series on Alaska", verwijst naar de term "grizzly momma", waarmee Sarah Palin zich profileert als de sterke vrouw die alles aan kan. De "grizzly momma" kan ook een heftige "grizzly tour" aan. Toch is de tour zwaar, vooral voor de dochter begint het z'n tol te eisen.

Aansluitend op deze kwalitatieve analyse van de foto's wordt de personalisering, de iconografie en de mediahype rondom Sarah Palin uitgewerkt.

7.8 Mediahype

In de onderzoeksperiode van januari 2009 tot en met januari 2011 is er in de onderzochte media regelmatig aandacht geweest voor Sarah Palin. Maar zijn er in deze periode ook momenten geweest dat er zeer veel aandacht voor haar was, of juist zeer weinig aandacht? Het zoeken naar momenten van veel aandacht, een mediahype, kan inzicht geven in het proces van personalisering en in het ontstaan van iconen.

In het onderzoek naar mogelijke mediahypes gebruik ik de vier regels van Vasterman (2004), zoals ook eerder besproken in het theoretische kader. Is er een "key-event", een sleutelgebeurtenis, dat veel media-aandacht krijgt? En is er als gevolg van deze gebeurtenis "een mediabrede nieuwsgolf" te ontwaren? En leidt die mediabrede nieuwsgolf dan ook tot "intensieve nieuwsmakende activiteiten" die ook indirecte gebeurtenissen als gerelateerd nieuws brengen en vindt er dan ook een "interactie tussen media en sociale actoren" plaats?

Als eerste heb ik de foto's in een schema gerangschikt op maand van publicatie, zie ook bijlage 2. Uit dit schema is af te lezen in welke maanden er veel en in welke maanden er weinig is gepubliceerd over Sarah Palin in de onderzochte media. Als we de regels van Vasterman toepassen, is zoeken naar een sleutelgebeurtenis in dit schema lastig. Daarom kijk ik eerst naar maanden waarin er "mediabrede" aandacht is voor Palin. Uit bijlage 2 blijkt dat in de maanden november 2009 (vier van de vijf media) en november 2010 (vijf van de vijf media) er veel aandacht aan Palin is besteed. Daarom focus ik op deze twee maanden om te kijken of er sprake is van een mediahype.

Opvallend is dat er weinig media-aandacht te zien is in de maand januari 2011. Toen vond de schietpartij plaats in Arizona waarbij congresslid Gabrielle Giffords werd neergeschoten en zes anderen zijn overleden door de schietpartij. Uit de eigen database blijkt dat er in de onderzochte media weinig aandacht hiervoor is geweest. Toch zal ik, door de importantie van de gebeurtenis, deze maand ook onderzoeken voor de mediahype analyse.

De volgende stap is nu om te kijken of er een sleutelgebeurtenis te vinden is in deze twee periodes. Door een eerste simpele zoekactie op Google met de woorden "Sarah Palin november 2009" en "Sarah Palin november 2010" levert dat de volgende mogelijke sleutelgebeurtenissen op.

November 2009:

- Het boek "Going Rogue" van Palin wordt uitgebracht.

November 2010:

- Première van haar eigen realityshow

7.8.1 November 2009 Sarah Palin – Going Rogue

De onderzochte media in november 2009 berichtten allemaal over het boek "Going Rogue" dat die maand werd uitgebracht. De New York Times heeft daarnaast ook nog één artikel over de komst van Palin bij de televisieshow van Oprah Winfrey geplaatst.

Omdat alleen de vijf onderzochte media, waarvan er maar vier over Palin berichtten in november 2009, niet voldoende is om te spreken over een "mediabrede nieuwsgolf", heb ik ook gezocht naar nieuws over beide onderwerpen in november 2009 met betrekking tot Sarah Palin op de websites van de volgende landelijke nieuwsorganisaties: FoxNEWS, CNN, The Washington Post, USA Today en via Lexis Nexis voor de Nederlandse kranten.

De zoekterm die ik als geheel voor deze maand heb gebruikt is "Sarah Palin" AND "Going Rogue". Op websites waar ik niet direct ook de maand november 2009 kon selecteren, heb ik eerst nog binnen de zoekresultaten naar de juiste periode doorgeklikt. Van de resultaten tel ik het aantal bericht dat voor november 2009 zijn gevonden.

Tabel 7.6

Resultaten november 2009 Sarah Palin – Going Rogue	
FoxNEWS	34 gerelateerde artikelen
CNN	15 gerelateerde artikelen
The Washington Post	4 gerelateerde artikelen
USA Today	26 gerelateerde artikelen
Nederlandse landelijke dagbladen	11 gerelateerde artikelen (excl. eigen media)
AD / Algemeen Dagblad	2x
Het Financieele Dagblad	2x
NRC.Next	2x
Dagblad De Pers	1x
Het Parool	1x
Reformatorisch Dagblad	1x
Spits	1x
Trouw	1x

Er blijkt uit tabel 7.6 dus dat op zowel op TV als in papieren media, als ook op internet en bekende websites, veel aandacht te zijn geweest voor het boek in november 2009. Ook in de maanden erna wordt er nog vaak naar gerefereerd, zelfs tot in 2011, zoals uit de zoekresultaten blijkt. Er wordt dus in veel later verschenen artikelen nog steeds verwezen naar Sarah Palin en haar boek. Met de zes gerelateerde artikelen uit het eigen onderzoek zijn in totaal 96 artikelen verschenen over het verschijnen van het boek en gerelateerde onderwerpen. Er heeft zich dus hier wellicht al een eerste mediahype voor gedaan, als we de criteria van Vasterman hanteren.

7.8.2 November 2010 Sarah Palin - Realityshow

Voor de maand november 2010 is er ook een mogelijkheid dat er zich een mediahype heeft voorgedaan. De volgende zoektermen zijn gebruikt om te zoeken naar gerelateerde artikelen bij de verschillende media voor november 2010: "Sarah Palin" AND "reality show" (in Lexis Nexis: "Sarah Palin" AND "realityshow"). Verder heb ik ook hier dezelfde wijze van zoeken gebruikt.

Tabel 7.7

Resultaten november 2010 – Sarah Palin Realityshow	
FoxNEWS	8 gerelateerde artikelen
CNN	33 gerelateerde artikelen
The Washington Post	16 gerelateerde artikelen
USA Today	4 gerelateerde artikelen
Nederlandse landelijke dagbladen	9 gerelateerde artikelen (excl. eigen media)
NRC.Next	3x
NRC Handelsblad	2x
De Volkskrant	2x
Dagblad De Pers	1x
De Telegraaf	1x

Uit tabel 7.7 blijkt veel aandacht voor Palin, nu met betrekking tot het feit dat ze een eigen realityshow start waarin ze haar manier van (over)leven als inwoner van Alaska laat zien. In totaal zijn er in november 2010 81 artikelen met betrekking tot de realityshow of gerelateerd aan dit onderwerp verschenen. Verder blijkt ook uit de zoekresultaten dat er ook in de maanden na de première veel over is geschreven.

7.8.3 Januari 2011 Sarah Palin - Schietpartij in Tucson, Arizona

In het onderzoek naar foto's zijn er voor januari 2011 maar drie artikelen gevonden, gepubliceerd door de New York Times, die bruikbaar waren voor dit thesisonderzoek. Dat is opvallend, omdat deze gebeurtenis ook veel aandacht heeft gekregen van Sarah Palin door haar "vizier op politici"-afbeelding (afbeelding 1, inleiding). Is er dan wel aandacht geweest? Voor deze zoekopdracht heb ik de zoektermen "Sarah Palin" AND "Tucson" gebruikt.

Tabel 7.8

Resultaten januari 2011 Sarah Palin - Schietpartij in Tucson, Arizona	
FoxNEWS	53 gerelateerde artikelen
CNN	50 gerelateerde artikelen
The Washington Post	211 gerelateerde artikelen
USA Today	40 gerelateerde artikelen
Nederlandse landelijke dagbladen	38 gerelateerde artikelen (excl. eigen media)
NRC Handelsblad	8x (excl. reeds eigen gevonden artikelen)
De Volkskrant	8x
NRC.Next	4x
AD / Algemeen Dagblad	4x
Het Parool	3x
Reformatorisch Dagblad	3x
De Telegraaf	3x
Nederlands Dagblad	2x
Spits	2x
Metro (NL)	1x

Het totaal aantal gerelateerde artikelen in deze media komt is 393 (met de 4 gevonden artikelen uit de eigen database meegerekend) in de maand januari 2011 (Tabel 7.8). Met de drie gevonden artikelen in de New York Times is het totaal 396 artikelen. Dat is een zeer groot aantal. Hierin zitten, net als bij de andere onderzochte maanden, ook alle digitale blogs en gebruikerscommentaren. Het beste voorbeeld is The Washington Post, daar bleken heel veel blog-artikelen gerelateerd te zijn aan dit nieuws.

Bij alle gerelateerde artikelen was hier met name te zien dat er contact was tussen de media en sociale actoren. Overal kwam de discussie los over het politieke klimaat in Amerika en de toon van het politieke debat tussen de Republikeinen en de Democraten. Men was zeer geschrokken dat de schietpartij mogelijk verband hield met de constante onenigheid tussen deze twee kampen in Amerika.

Wat opvalt is wel dat, ondanks de gigantische aandacht die deze schietpartij heeft ontvangen in januari, er in de maanden erna de berichtgeving over het drama vrijwel nihil is. Er wordt in februari 2011 nog een paar maal naar gerefereerd, maar tot en met augustus 2011 wordt er bijna niets meer over geschreven. Ter indicatie: als de periode in Lexis Nexis wordt uitgebreid tot en met 9 augustus 2011, dan komen er maar twee extra artikelen bij, ten opzichte van de eerder gevonden 39 artikelen.

Daarnaast is het belangrijk om op te merken dat er dus wel degelijk ook in de Nederlandse pers veel aandacht is geweest voor de schietpartij en dat daarin Sarah Palin ook vaak wordt genoemd, maar dat er dus geen foto's van Sarah Palin in relatie tot die berichtgeving zijn geplaatst.

7.8.4 De mediahype samenvattend

Na een inventarisatie binnen de eigen database blijken er een tweetal momenten zich goed te lenen voor verder onderzoek naar mediahypes. Bij het zoeken naar de mediabrede nieuwsgolf bij andere media blijkt dat daar ook veel aandacht voor is met ook veel gerelateerde artikelen en een zekere nasleep in de maanden volgend op de sleutelgebeurtenis.

De sterkste hype is toch wel te vinden bij de schietpartij in Tucson. Hoewel in het eigen onderzoek weinig berichten met foto's over de schietpartij naar voren kwamen, blijken veel media er ruim aandacht aan te hebben besteed. Van het ene op het andere moment werden er na 8 januari 2011 een grote hoeveelheid artikelen gepubliceerd. Hoewel hier de nasleep zeer kort is, is de grote hoeveelheid aandacht bij veel media in de maand januari zelf ook een reden om te zeggen dat er een mediahype heeft plaatsgevonden.

7.9 Iconografie

Bij de kwalitatieve analyse kijk ik ook of er sprake is van "foto-iconen" in de set van gevonden foto's. Foto-iconen creëren de mogelijkheid voor een politicus om met één specifiek beeld dat wordt gepubliceerd direct herkend te worden door de kiezer. Met deze foto weet de kiezer direct voor welke normen en waarden de politicus staat en kan de kiezer kennis maken met het beeld van de politicus.

Uit de analyse van de foto's blijkt dat verschillende media vaak een foto van dezelfde gebeurtenis hebben geplaatst, maar dat deze niet op hetzelfde moment zijn gepubliceerd. Vaak zijn dit dan foto's die los bij een artikel staan om te laten zien wie Sarah Palin is. Voor de analyse heb ik de criteria van Perlmutter (1998) gebruikt om te onderzoeken of er ook daadwerkelijk foto-iconen zijn te ontwaren. De lijst met criteria waaraan een foto volgens Perlmutter moet voldoen om een foto-icoon te kunnen worden is als volgt: 1) bekendheid (een foto moet bekend zijn, vaak overgenomen zijn); 2) prominentie (de foto moet op de voorpagina zijn verschenen); 3) frequentie (hoe vaak komt de foto voor); 4) winst (wat levert het beeld op); 5) snelheid ("instantaneousness", hoe snel wordt een foto overgenomen); 6) overname ("transposability", hoe eenvoudig kan het beeld door andere media worden overgenomen); 7) bekendheid van het onderwerp; 8) importantie van de gebeurtenis; 9) mate van metonymie (hoe snel wordt het beeld herkend); 10) primaire / culturele reactie (hoe sterk is de reactie van de kijker) en 11) de sterkte van de compositie (Perlmutter, 1998; p. 11-18). Perlmutter geeft daarbij aan dat deze verschillende kenmerken van een icoon niet allemaal even sterk naar voren hoeven te komen om van een foto een icoon te maken.

Met de criteria als leidraad, heb ik daarnaast direct gekeken of er unieke en algemene iconen zich in de database bevonden. Het specifieke icoon, of ook wel unieke icoon, is volgens Perlmutter een specifiek beeld dat als hét beeld wordt aangedragen bij

een bepaalde gebeurtenis of voor een specifieke situatie. Een voorbeeld is de "Tankman" die voor een tank staat op het Plein van de Hemelse Vrede in Peking tijdens de studentendemonstraties van 1989. Deze foto's is hét beeld geworden waarmee de demonstraties worden herdacht.

De foto's die onder algemene iconen vallen zijn altijd verschillende foto's met eenzelfde thema. Het thema wordt door de kijker dan ook als zodanig herkend en er wordt gelijk de 'juiste' associatie gemaakt. Dit hoeft dan ook geen eenmalige gebeurtenis te zijn (Kleppe, 2004; p. 18). Met het algemene icoon gaat het om beelden die constant opnieuw bepaalde elementen tonen, ongeacht plaats of tijd. Bekend voorbeeld zijn de foto's van verhongerde kinderen in Afrika. Elke foto is anders, maar de verhogering en de bijbehorende malaise wordt door iedereen begrepen.

7.9.1 Uniek icoon

Als eerste ben ik opzoek gegaan tussen de gevonden foto's naar een uniek icoon. Er is één foto die in drie verschillende media op hetzelfde moment is geplaatst, en dat is de volgende:

Foto 7.29



Foto: #3 (NRC Handelsblad), #11 (Volkskrant), #65 (New York Times)

Deze foto is op 12 november 2010 geplaatst in de Volkskrant, NRC Handelsblad en de New York Times. De plaats in NRC Handelsblad was voorin in de sectie 'Twee'. In de Volkskrant was de foto ook voorin geplaatst in de sectie 'Ten Eerste'. Alleen in de New York Times was dit beeld geplaatst in de sectie 'The Arts'. Met de criteria voor het "foto-icoon" in acht nemend kan het volgende over deze foto worden geschreven.

De foto is bekend en is door meerdere media overgenomen en de foto is in groot formaat en voor in de Nederlandse kranten geplaatst. Mogelijk dat de foto ook in niet

onderzochte media naar voren is gekomen, het beeld is in ieder geval herhaaldelijk geplaatst zoals blijkt uit het feit dat deze foto op dezelfde datum in drie verschillende media is afgedrukt. Daarnaast is het beeld herkenbaar, je ziet Sarah Palin in haar favoriete rol, die van sportieve ondernemende vrouw en alleskunner. Als kijker weet je ook gelijk waar het over gaat. Daarbij is de compositie sterk, Sarah Palin contrasteert duidelijk met de omgeving en knalt van de krantenpagina die over het algemeen nog vrij grijs zijn.

De foto met Palin bij haar boot laat een specifiek beeld van Palin zien, maar wel een beeld waarvan iedereen weet wie ze is, wat ze is en wat ze wil. Deze foto zou daarmee een specifiek icoon kunnen zijn.

7.9.2 Algemene iconen

Zoals eerder beschreven is, behoort het algemeen icoon tot een set van foto's die allemaal van elkaar verschillen, maar toch dezelfde situatie beschrijven. De associatie die de foto's oproepen met een bepaald onderwerp is bij iedere foto hetzelfde. In de dataset blijken veel foto's te zitten die op elkaar lijken. Hier staat Palin er vaak op eenzelfde manier op, vaak speechend en soms met verwijzingen naar de Tea Party. Ook staat ze regelmatig met haar familie afgebeeld. Het is dus wellicht mogelijk dat er ook een algemene icoon te ontwaren is.

De foto's zijn vaak qua tijd en plaats niet op hetzelfde moment genomen of geplaatst, maar wel is door meerdere media een foto met hetzelfde thema overgenomen. Belangrijk is dat bij de meeste foto's de herkenbaarheid van het onderwerp en de snelheid waarmee zij wordt herkend groot is. Ook is er vaak eenzelfde compositie te zien. Zo zijn er met name veel foto's gevonden waarbij ze aan het speechen is. Ook zijn er veel foto's waar ze de kijker een blik gunt in haar privéleven. Hieronder toon ik enkele foto's die veel gelijkenis met elkaar hebben.

Speeches

Foto's 7.1, 7.7 en 7.8 uit de kwalitatieve analyse zijn drie voorbeelden van foto's waarop Palin staat afgebeeld tijdens een toespraak. Op de volgende foto's uit de dataset blijkt eenzelfde soort beeld.

Foto #	Nummer	Datum	Kop
008	7.30	29-07-09	WikiLeaks lekt veel, veilig en met grote impact
029	7.31	04-07-09	Palin's Move Shocks G.O.P. and Leaves Future Unclear
054	7.32	28-03-10	Palin Rallies Tea Party Crowd in Nevada
056	7.33	10-04-10	Republicans Weighing Party's Message
070	7.34	19-01-11	Obama Benefits in Having Palin as His Foil
081	7.35	23-11-09	The Rogue Returns

De volgende zes foto's laten eenzelfde Sarah Palin zien als op de foto's 7.1 en 7.7. Op iedere foto staat ze een publiek toe te spreken, overal met een handgebaar waarmee ze haar woorden kracht bijzet. Ze is formeel gekleed en kijkt altijd met een zelfverzekerde en strijdlustige blik naar het publiek.

De foto's zijn niet op hetzelfde moment, of in eenzelfde periode, geplaatst. Er kan dus ook niets over de snelheid waarmee de foto's zijn geplaatst of over de bekendheid van de foto's worden gezegd. Foto 7.31 heeft op de voorpagina van de New York Times gestaan, maar de overige foto's hebben geen prominente plekken in de media gekend.

Foto 7.30



Foto #8 – Volkskrant 29-07-09

Foto 7.33

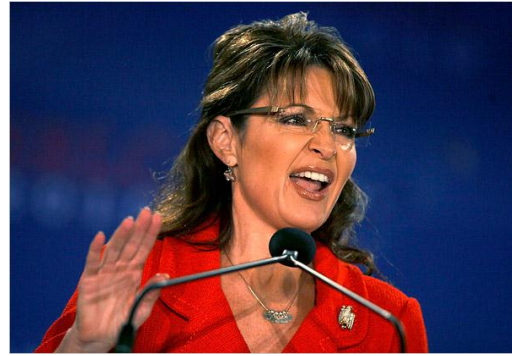


Foto #56 – New York Times 10-04-10

Foto 7.31



Foto #29 – New York Times 04-07-09

Foto 7.34



Foto #70 – New York Times 19-01-11

Foto 7.32



Foto #54 – New York Times 28-03-10

Foto 7.35



Foto #81 – TIME Magazine 23-11-09

Van de foto's 7.31, 7.32, 7.33 en 7.34 is niet aan te geven hoe groot de foto's in de New York Times waren afgebeeld. De overige foto's zijn wel relatief groot afgebeeld, waarbij foto 7.35 paginagroot in TIME Magazine heeft gestaan.

Uit deze eerste opsomming blijkt niet sterk een eerste indicatie tot het vormen van een (algemeen) icoon. Maar het gaat juist bij deze foto's om de herkenning van het beeld die sterk is. De foto's 7.30 tot en met 7.35 hebben allemaal dezelfde compositie, waarbij Sarah Palin het middelpunt is in iedere foto. Zij spreekt daarbij altijd in een microfoon, of heeft deze vast. Er zijn op de foto's ook veel symbolen te zien, zoals de Amerikaanse vlag (foto 7.32), of haar brochespelden op de foto's 7.31, 7.33 en 7.35. Ze tonen haar liefde voor het vaderland. Maar het belangrijkste, het punctum in deze foto's, zijn haar handbewegingen. Ze stralen standvastigheid (7.31 en 7.35), recht-door-zee mentaliteit (7.32), humor (7.33), strijdbaarheid (7.34) en zelfverzekerdheid (7.35) uit.

Een foto kan nog meer icoon worden als er sprake is van een typering van iets of iemand uit eigen ervaringen en als de foto een identiteit krijgt door referenties naar andere, vergelijkbare, beelden (Leeuwen, van, 2001; p. 103-106). Deze politieke foto's zijn vergelijkbaar met foto's van andere politici die spreken. Voor iemand die niet bekend is met Palin is het toch duidelijk wat voor iemand er op de foto staat. Er staat een politicus, een vrouw met een boodschap. Daarmee 'verkoopt' ze het beeld dat ze aan de kiezer kwijt wil, dat van rots in de branding, de moeder en Amerika-minnende en conservatieve politicus die alles aan kan.

Privéleven

Ook in het privéleven van Palin zijn er voorbeelden te vinden waaruit een algemeen icoon is te ontwaren. Bijvoorbeeld foto's 7.4, met haar dochters op de bank, en 7.28, met dochter Piper bij een signeersessie, geven een kijkje in het leven "on the road". Sarah Palin neemt haar dochters vaak mee om haar kinderen kennis te laten maken met de achterban. Het is natuurlijk ook een politieke truc, want met de kinderen wordt er een vriendelijk beeld van Palin als goede moeder geschapen.

Dat beeld wordt versterkt door de reeds besproken foto's 7.18, 7.19 en 7.23 tot en met 7.27. Ook bij deze foto's is het zo dat ze niet tegelijkertijd zijn gepubliceerd en ook niet door veel verschillende media zijn overgenomen. Foto's 7.23 tot en met 7.27 komen zelfs uit één en dezelfde reportage in TIME Magazine. Maar als de foto's bij elkaar komen laten ze toch het beeld zien van Palin als alleskunner, de overlever uit Alaska. Dergelijke foto's zorgen voor een grote herkenbaarheid die, samen met haar politieke standpunten, de kiezer ook het idee geven dat zij moeten gaan voor een onafhankelijk burgerschap en conservatieve politiek.

Foto 7.18



#051 – New York Times 26-03-10

Foto 7.19



#066 – New York Times 16-11-10

Foto 7.23



#091 – TIME Magazine 25-11-10

Foto 7.24



#092 – TIME Magazine 25-11-10

Foto 7.25 – #093 – 25-11-10



#093 – TIME Magazine 25-11-10

Foto 7.26 – #094 – 25-11-10



#094 – TIME Magazine 25-11-10

Foto 7.27 – #095 – 25-11-10



#095 – TIME Magazine 25-11-10

7.10 Personalisering

Alle foto's, ook in combinatie met de tekst, laten Sarah Palin zien als het gezicht van conservatief Amerika. Of ze nu op een podium staat of ze staat met een geweer op de foto, ze laat zien dat ze voor niemand terugdeinst. Het zijn duidelijke keuzes, die met name door de beelden in de magazines naar voren komen.

Sarah Palin weet zich als geen ander als een persoonlijkheid neer te zetten. Haar strategie om stemmen te winnen en om mogelijk presidentskandidaat in 2012 te worden is duidelijk, ze spreekt met haar foto's aan op sentimenten die leven bij de bevolking en ze wil laten zien dat ze één van hen is. Zoals Barthes al zei, de kiezer krijgt er het volgende voor terug: "zijn beweegredenen, familieomstandigheden, zijn mentale, zijn erotische karakter zelfs, een hele levensstijl waarvan hij tegelijkertijd het product, het voorbeeld en het lokaas is" (Barthes, 2002; p. 175).

Palin wil zich profileren als alleskunner, zonder direct te zeggen dat ze direct presidentskandidaat wil worden (NOS, 19 juli 2011). Het juiste beeld moet geschapen worden dat goed zal "verkopen". Ze zoekt daarvoor aansluiting bij haar peers, haar kiezers. Dit zijn mensen die conservatieve waarden aanhangen, net als Palin. Zij zelf wil ook via de media haar conservatieve waarden uitdragen. Palin staat namelijk voor een beweging, een grote groep mensen die het oneens zijn met het huidige Amerika. Er zijn daarin veel verschillende groepen te ontwaren, van conservatieve Republikeinen, ultraconservatieve splintergroeperingen en groepen die wel zeer conservatief zijn, maar naar buiten toe heel goed met de media overweg kunnen, zoals de Tea Party movement.

Uit het boek "The Backlash" van Will Bunch blijkt dat Palin inspeelt op de angsten van anderen (Bunch, 2010; p. 36). Conservatieve Amerikanen waren geschokt met de komst van de nieuwe president en verbaasd dat zoiets in hun land kon gebeuren. Men werd achterdochtig, dacht dat Obama daadwerkelijk moslim was en dat hij zelfs geen echte Amerikaan was. Het liberale geluid van Obama boezemde nog meer angst in en voor het conservatieve kamp was de Tea Party een goede spreekbuis. Samen met FoxNews en collega's als Glenn Beck wist Sarah Palin zich, als verliezer na de presidentsverkiezingen van 2008, te profileren als het nieuwe conservatieve geluid. De politicus is zo groter geworden dan de partij (Kleinnijenhuis, 2003; p. 80).

Met de boeken die Palin heeft uitgebracht, memoires en haar gedachten over de politiek en het land, samen met haar TV optredens als politiek commentator bij FoxNews laten een breder beeld van haar zien. Zij laat haar conservatieve gedachtegoed op deze manier (in)direct door druppelen in de media. En dan is er natuurlijk ook haar eigen realityshow, waarin ze haar gezin toont, haar privéleven. Hierin laat ze vooral zien dat ze zelf het gezinsleven heel belangrijk vindt en dat iedere Amerikaan ook zelf voor eten zou moeten kunnen zorgen. Hoewel dit niet direct politiek is, geeft het wel indirect aan hoe

zij in de politiek zou kunnen gaan overleven. Hier is dus duidelijk ook de mengvorm van politiek en privéleven duidelijk te zien (Corner, 2003: p. 5).

7.10.1 Foto's en personalisering

In de kwalitatieve analyse zijn er veel foto's te zien waarop Palin meer uitstraalt dan alleen haar politieke gedachtegoed. Zo zijn er de foto's 7.14 en 7.16. Foto 7.14 laat zien dat ze een trotse Amerikaan is. Ze staat vol zelfvertrouwen voor de Amerikaanse vlag en lijkt haast te kijken naar de toekomst. Op foto 7.16 zien we ook een vorm van politieke personalisering. Ze steunt daar een Republikeinse kandidaat voor de functie van Gouverneur van Texas. Hoewel ze hier duidelijk als lid van de Republikeinse partij staat, zegt de foto ook dat als Palin er bij is, je als kiezer er vanuit mag gaan dat de conservatieve politiek gewaarborgd zal worden, of je nu Republikein bent, of verder naar rechts van het spectrum zit. Foto's 7.7, 7.11 en 7.17 zijn daar mooie voorbeelden van. Hier staat ze duidelijk als spreker voor de Tea Party. Maar het laat zien dat Sarah Palin voor meerdere rechtse kampen kan spreken en dat als Palin ergens komt, er een rechts geluid te horen zal zijn.

Naast dat Palin als politicus veel te zien is, zien we haar ook veel met familie. Voor Palin is het privéleven belangrijk geworden als onderdeel van het politieke leven. Ze heeft bijvoorbeeld haar kinderen ook veel meegenomen naar politieke bijeenkomsten tijdens haar gouverneurschap (Benet, 2009; p. 169.) Daarnaast neemt ze haar familie vaak mee op tour, zoals Piper die bij veel signersessies aanwezig is, bijvoorbeeld op foto 7.28.

In de kwalitatieve analyse komen ook foto's voor waar ze laat zien dat ze kan overleven in zowel de natuur als in het gewone leven. De reportage in TIME Magazine, foto's 7.23 tot en met 7.26 is hiervan een goed voorbeeld. Hiermee straalt ze uit dat ze als politicus ook alles aan kan. Want kan je immers in de natuur van Alaska overleven, dan moet Washington zeker geen probleem zijn. Palin laat op de foto's 7.18 en 7.19 zien dat ze ook een goede moeder is. Ze weet haar dochter veilig te vervoeren (foto 7.18) en kan ook voor het hele gezin koken (foto 7.19).

Hoewel we niet weten of alle foto's die worden geplaatst ook goedgekeurd zijn door Palin zelf, is het wel aannemelijk dat ze weet dat overal waar ze komt ze vaak constant wordt gefotografeerd en gefilmd. Door daar rekening mee te houden, kan Palin er wel voor zorgen dat ze precies op de voor haar gewenste manier op de foto wordt gezet. Op deze manier weet ze, samen met haar realityshow, haar politiek commentatorschap bij FoxNEWS en haar boeken, ervoor te zorgen dat ze boven de partij komt te staan en het "nieuwe" rechtse geluid, dat in Amerika zich voordoet, uit te dragen.

7.11 Uitkomst kwalitatieve analyse

Er zijn 99 foto's kwalitatief geanalyseerd. Van deze 99 foto's zijn er 28 uitgebreid beschreven. Met deze kwalitatieve analyse is er dieper op bijzondere foto's ingegaan en kan er meer verteld worden over het totaal aantal foto's door de grafieken. Door deze bijzondere foto's bij elkaar te zetten en de analyse aan te vullen met de onderzoeken naar mediahype, iconografie en personalisering, kan er een beter beeld van Palin geschapen worden.

Poses, gezichtsuitdrukkingen, kledingstijl en camerastandpunt

Op bijna alle foto's in de onderzochte Amerikaanse en Nederlandse media staat Sarah Palin kijkend/luisterend dan wel speechend op de foto. Opvallend is dat ze in TIME Magazine vaak poserend staat afgebeeld (37,9%). Dit heeft ook hier weer te maken met het feit dat er veel reportages in TIME Magazine zijn verschenen. Op al deze foto's is ze vrijwel altijd grijnzend en lachend te zien (> 80%).

Haar kledingstijl is over de hele linie vooral formeel. Ze staat toch vaak als politica te speechen, waarbij het mantelpak de dresscode is. Toch laten de media uit de Verenigde Staten haar ook iets vaker informeel zien. Ze is weinig in sportieve kleding afgebeeld. Op bijna alle foto's in de kranten en de bladen, waar ze dus speechend (of kijkend) en lachend naar het publiek is gericht met een formele kledingstijl als basis, is ze op ooghoogte gefotografeerd.

Teneur

Een belangrijke variabele die is gebruikt, is het vaststellen van de teneur van de foto. Van de gevonden foto's in de onderzochte Nederlandse en Amerikaanse media is de teneur in 83% van de gevallen positief en in 5% negatief (zie figuur 7.5). 12% van de foto's kan als neutral worden bestempeld. Toch wordt de connotatie van een behoorlijk deel van de foto's anders als ook de tekst wordt gebruikt in het bepalen van de teneur. Vaak zijn er artikelen die een ander beeld schetsen dan dat de foto doet vermoeden. In de onderzochte Amerikaanse en Nederlandse media is in combinatie met de tekst de teneur van de foto's nog maar bij 57% positief en is 31% van de foto's negatief (zie figuur 7.7). Toch blijven de Amerikaanse media meer positief dan de Nederlandse media (Zie figuur 7.8). NRC Handelsblad blijkt in combinatie met de tekst het meest negatief te worden. Toch heeft nog steeds meer dan de helft van de foto's een positieve connotatie.

Kwalitatief beeld

Wat er vooral te zien is in alle 28 beelden is een Palin met zelfvertrouwen. Ze staat klaar voor anderen – foto 7.9 en foto 7.10 – en ze is trots op wat ze doet. Dat daar af en toe een minder fijn moment tussen zit, zoals foto 7.17, lijkt over de gehele linie van foto's

gezien niet veel uit te maken. Het beeld van Palin wordt steeds duidelijker, het beeld van de eigenzinnige politicus en moeder met een (haast) eigen conservatieve agenda.

Taalgebruik

In de teksten die ik bij het onderzoek heb gebruikt is niet echt sprake van 'populistisch' taalgebruik. Het neigt er vaak wel naar. Zo is de kop bij foto 7.10 'Saint Sarah', dat impliceert dat ze haast een heilige in de ogen van conservatieve vrouwen is. Foto 7.19 voorspelt met de kop 'A Political Persona as Big as the Crowd Will Allow' dat Palin veel macht kan krijgen, zolang ze maar het publiek blijft paaïen. Ook vraagt Palin aan kiezers om voor nuchter denkende politici te kiezen, zoals het onderschrift bij foto 7.10 vertelt: "Phoenix, oct. 22. Sarah Palin urges voters at a Tea party rally to choose "common-sense conservatives" in November".

Het mooiste voorbeeld is toch wel foto 7.23, waar ze met een groot geweer staat afgebeeld en waarbij onderschrift is: "'Loaded for bear; Palin exercises her Second Amendment rights at a Wasilla gun store." Het recht om jezelf te verdedigen is vastgelegd in de "Second Amendment" en is voor veel Amerikanen een belangrijk grondrecht. Zij staat er mee op de foto en laat zien dat het voor haar ook een belangrijk recht is.

Relatie beeld - tekst

Wat we bij de iconografie hebben gezien is dat het beeld van politicus en dat van de moeder vaak wel gescheiden voorkomen. Toch is er indirect vaak overlap, met name in het privéleven. Mede door die overlap kan Palin haar politieke boodschap goed kwijt, want zo worden haar privé-normen en waarden ook goed gepresenteerd.

Bijvoorbeeld het onderschrift van foto 7.21, "New directions; Palin plans to string for "people who can effect change". A 2012 presidential run is anyone's guess." De foto zet Palin ontspannen neer, zich geen zorgen makend over de toekomst, maar wel als iemand die op de juiste weg is. De nieuwe richting die Palin belooft zal hier worden ingeslagen.

Een meer sarcastisch voorbeeld van beeld en tekst is foto 7.17. De kop luidt namelijk "To Ace This Interview, Palin Keeps Notes Close". In eerdere interviews is het vaker voorgekomen dat ze niet de juiste of gewenste antwoorden kon geven op vragen. Vaak omdat ze haar feiten "even" niet goed voor zich had. Om nu dit interview goed door te komen, heeft ze haar aantekeningen extra dichtbij, op de palm van haar hand.

De relatie van de tekst met het beeld is over het algemeen zeer beschrijvend en geeft de lezer extra context over wat Palin op de foto doet of wil uitdragen. Er wordt niet veel gespeeld met woorden en foto's. Het nuchtere wat Palin wil uitstralen blijkt ook uit de relaties met de tekst.

Nadruk beeld

De nadruk van het beeld van Palin ligt vooral op de strijdende moeder die ook politicus is, dan op de politica die strijd voor conservatieve waarden en daarbij goed zorgt voor haar gezin. Dit komt met name doordat in de onderzochte periode ze al vrij snel met het Gouverneurschap stopte, om vervolgens zich volledig te storten op haar boeken waarin ze veel over haar gezin spreekt en op de realityshow die in 2010 werd uitgezonden. Dat vind je ook terug in de foto's. Er zijn veel foto's, zowel in de totale database als in deze kwalitatieve analyse, waarop Sarah Palin als goed presenterende politica naar voren komt.

We krijgen een kijkje in het leven van Palin: haar leven als politicus en als iemand die als moeder van vijf Alaska en Amerika trotseert. Ondanks de soms nogal negatieve koppen, geven de onderzochte Nederlandse en Amerikaanse media wel een heel positief beeld van dit boegbeeld van de Tea Party. Ik ben dan ook van mening dat in de media Palin meer wordt neergezet als goede moeder, die als volgende stap de goede (conservatieve) moeder van Amerika wil worden.

Hoofdstuk 8: Conclusie en discussie

Via een uitgebreide kwantitatieve analyse en kwalitatieve analyse, waarin ik op verschillende manieren foto's van Sarah Palin heb bekeken en onderzocht, heb ik geprobeerd een antwoord te vinden op de vraag: "Op welke wijze wordt Sarah Palin in beeld gebracht in Amerikaanse kranten en tijdschriften en Nederlandse kranten in de periode januari 2009 tot en met januari 2011?"

Om dit te kunnen onderzoeken heb ik mijzelf een aantal deelvragen gesteld:

- Wordt Sarah Palin in de media gehyped?
- Zijn er iconische foto's van Sarah Palin te ontdekken in de voorgestelde periode?
- Is er sprake van personalisering door de media bij de foto's van Sarah Palin?

In de twee voorgaande hoofdstukken ben ik reeds diep ingegaan op de verschillende onderwerpen uit de deelvragen: mediahype, personalisering en iconografie. Met de theoretische basis over beeldvorming en gender zal ik hieronder de deelvragen per onderwerp beantwoorden. Daarna zal ik deze conclusie afronden met een algemeen antwoord op de hoofdvraag.

8.1 Mediahype

Het was lastig om in eerste instantie te zien of er sprake zou kunnen zijn van een mediahype in de onderzoeksperiode. Door de artikelen per maand bij elkaar te zetten, zoals in bijlage 2 te zien is, blijkt dat er twee maanden een mogelijke mediahype kennen, november 2009 en november 2010. Het onderzoek dat is gedaan aan de hand van de criteria van Vasterman (2004) laat zien dat er in beide maanden sprake is van een mediahype. Er zijn sleutelgebeurtenissen, respectievelijk het uitbrengen van het boek "Going Rogue" en de première van haar realityshow, die worden gevolgd door een mediabrede nieuwsgolf die weer nieuw nieuws tot gevolg heeft.

Ook blijkt er een mediahype te zijn ontstaan rondom de schietpartij op 8 januari in Tucson, Arizona. Op basis van de eigen onderzoeksresultaten was dit geheel tegen de verwachting in. Door breed in de media te zoeken naar nieuws over de schietpartij blijkt dat er veel over het drama is bericht. Dit is ook logisch, het was een zeer ernstig incident met ernstige gevolgen. Wat opvalt is dat de berichtgeving hierover heeft gepiekt, en dat er in de maanden na het incident weinig meer over bericht is.

Door het slimme gebruik van de media door Sarah Palin om haar ideeën uit te dragen, dan wel de verschillende media die op hun eigen manier over Palin hebben bericht, is er een externalisering van het beeld van Palin ontstaan. Deze beelden zijn nu gepubliceerd en als uitingen kunnen ze de trend vormen die door anderen kan worden overgenomen.

8.2 Iconografie

Het icoon Sarah Palin, de vrouw waar iedereen wel een mening over heeft bij het horen van haar naam, zou daar ook een foto bij passen die door iedereen wordt overgenomen als hét beeld van Sarah Palin? Uit het onderzoek blijkt dat dit niet heel sterk naar voren komt en dat er niet overduidelijk een foto te vinden is die volgens criteria van Perlmutter als uniek icoon kan worden beschouwd. De foto van Sarah Palin bij de boot voldoet weliswaar aan een aantal criteria, wat mij ertoe brengt om deze foto toch een iconische waarde te geven.

Sterker wordt het bij het zoeken naar algemene iconen. Hierin heb ik twee categorieën kunnen maken: foto's waar Palin staat te spreken en foto's uit het privéleven van Palin. Binnen beide categorieën zijn sterke overeenkomsten tussen de foto's te vinden, foto's die niet op hetzelfde moment zijn geplaatst of door andere media zijn overgenomen, maar die wel hetzelfde thema laten zien. En dat maakt dat ze tot algemene iconen kunnen worden bestempeld. De foto's waarop Palin aan het spreken is laten een politicus zien die wil overtuigen en kiezers aan zich wil binden. De foto's die betrekking hebben op het privéleven van Palin laten zien dat ze ook een moeder is die kan en wil overleven en kan zorgen voor haar gezin.

Dezelfde onderzochte foto's zijn dus door verschillende media overgenomen en gebruikt om het beeld van Sarah Palin te tonen. Een trend heeft zich doorgezet. Met de iconografie is er dus ook een vorm van objectivering van Sarah Palin ontstaan.

8.3 Personalisering

De mediahype laat zien dat Palin door de media goed te gebruiken de aandacht op haar zelf kan richten. Op die momenten weet ze zich te profileren als Sarah Palin, conservatief politicus en sterke moeder. De iconografie versterkt het beeld van Palin. We krijgen vaker dezelfde typen foto's te zien waarop ze ook kan uitstralen wat ze wil en dat moeten de kiezers zien.

Met de beelden die worden getoond, eerst via een mediahype en vervolgens via de beelden die door iedereen worden overgenomen, kan nu iedereen die deze beelden ziet weer hun eigen mening over Palin vormen. De beelden gaan een eigen leven leiden en zijn nu dus onderhevig aan externalisatie. De kijkers kunnen de foto's van de persoon Palin nu voor zichzelf laten spreken.

Sarah Palin weet in de media zich altijd goed te profileren en heeft met haar boeken zichzelf een duidelijk conservatief profiel gegeven. Ook is zij als politiek commentator vaak te zien bij FoxNEWS en heeft ze een eigen realityshow waarin ze alles kan doen wat ze wil. De politicus wordt zo vermengd met het privéleven, we krijgen een kijkje in de gedachtegang van een persoon die regelmatig voor zowel de Republikeinen

als de Tea Party movement spreekt en als boegbeeld van deze groeperingen optreedt. Dit leidt ertoe dat er dus ook sprake is van personalisering.

8.4 Hoe staat Sarah Palin er voor?

Sarah Palin presenteert zich zelf graag als de 'grizzly momma', het voorbeeld voor alle moeders in Amerika dat een vrouw én carrière kan maken én gewoon voor haar kinderen kan zorgen én ervoor zorgt dat het gezin kan overleven in Alaska. Dat laten de foto's voor het grootste deel ook zien, een net geklede vrouw die haar mannetje staat tegenover het publiek, maar ook in sportieve kledij het huishouden doet.

Hoewel ze dus vaak staat afgebeeld als de sterke vrouw die ze graag wil zijn, wordt er door de tekst soms een negatieve connotatie aan de foto meegegeven. Voorbeelden van dergelijke koppen zijn "In het Amerika van Palin is onwetendheid elegant" (Volkskrant; 22-10-10), "Sarah Palin's Resignation Is Another Example of the G.O.P. Split" (New York Times; 05-07-09) en "What does she want?" (TIME Magazine; 20-12-10). In deze artikelen wordt haar positie bekritiseerd of wordt ze op de hak genomen.

Het artikel uit de Volkskrant neemt Marilyn Monroe als voorbeeld, het meisje dat het domme blondje speelde, maar dat eigenlijk niet was. Én aantrekkelijk en slim, dat kon en mocht in de jaren 50. Hoe anders is het nu, volgens het artikel, met Sarah Palin. Met een flinke dosis onwetendheid weet ze de Amerikaanse geschiedenis niet direct te beschrijven en haalt ze met gemak senatoren door elkaar. Ze spreekt ook van Noord-Korea als bondgenoot (TIME Magazine; 20-12-10) en ze heeft in een oud interview ten tijde van de presidentsverkiezingen in 2008 laten weten dat haar kennis van de buitenlandse politiek goed is, ze kon immers Rusland zien vanaf haar huis in Alaska.

De New York Times laat met dit specifiek aangehaalde artikel zien dat Palin ook zeer rebels is en tegen de zere benen stoot van de oude garde binnen de Republikeinse Partij. Haar onaangekondigde vertrek als Gouverneur van Alaska, haar openlijke kritiek op andere leden van de partij, het past allemaal niet in het oude stramien van de strak geregelde Republikeinen van weleer. Het lijkt erop dat er een splitsing aan zit te komen tussen de oude garde en de nieuwe conservatieve volgelingen van Palin.

TIME Magazine laat in een artikel dat bijna 1,5 jaar later is gepubliceerd zien dat men binnen de Republikeinse partij nog steeds niet heel positief tegenover Palin staat. Nu Palin via Facebook en Twitter nog meer haar eigen geluid kan laten horen, wordt de Republikeinse partij zenuwachtiger met wat de gevolgen voor de partij kunnen zijn. Daarbij komt dat ze binnen haar eigen organisatie maar een zeer beperkt aantal mensen voor haar laat werken, dus enige controle vanuit de Republikeinen is bijna onmogelijk. Of zoals Palin het zelf zegt in TIME Magazine: "Some in the GOP establishment have a

problem with me because I've been taking on the good-ol'-boy network for a couple of decades now," she says, "and some of the good ol' boys obviously don't like it."

Alles bijelkaar opgeteld is het voor Palin toch niet de uitstraling die zij als 'grizzly momma' wil uitstralen.

8.4.1 Boodschap van Palin

Wat Palin eigenlijk naar voren wil brengen is dat Amerika bijzonder is, en dat het Amerika dat zij voor zich ziet niet door Obama wordt bespoedigd. Zij noemt het "American exceptionalism" (Palin, 2010; p. 69). "When we say America is exceptional we're saying we are the lucky heirs to a unique set of beliefs and national qualities, and that we need to preserve and value those beliefs. We're saying America is a model to the world, not a bully to the world, or responsible *for* the world." (Palin, 2010; p. 70) Haar kritiek is [that it is] "sad to say, many of our national leaders no longer believe in American exceptionalism". (Palin, 2010; p. 75).

Palin wil de Amerikanen weer trots krijgen op hun eigen land. Dat zien we ook in de foto's terugkomen bij bijvoorbeeld de iconografie. Maar in de media wordt ze toch vaak ook minder serieus genomen. Dat komt deels door de media vindt Palin. Zij geeft de "linkse media" de schuld van onjuiste berichtgeving over haar standpunten. Maar het komt zeker ook door Palin zelf. Haar uitspraken zijn vaak niet correct, en de media zitten daar zelf dan ook bovenop.

8.4.2 Media en Palin

FoxNEWS is de grootste fan van Palin, zij is er zelfs in dienst als politiek commentator en kan daar ook altijd haar eigen mening ventileren. Maar ze wordt door de media ook vaak onder de loep genomen als Palin weer wat verkeerd zegt. Zo heeft ze in juli 2010 in een Twitter bericht het woord "refudiate" gebruikt, wat een samentrekking van refute en repudiate zou betekenen (Washington Post, 19-07-10). Hoewel ze zich later heeft verbeterd, wordt dit verhaspelen van woorden altijd weer als voorbeeld naar voren gehaald.

Een ander voorbeeld van een verwarde Palin komt uit juni 2011, waarin ze tijdens haar bustour door Amerika in Boston een geschiedenis verkeerd vertelt. Het is de druppel die de emmer doet overlopen en de "Daily Show with John Stewart" zorgt ervoor dat er een Twitter kanaal ontstaat waarop mensen hun eigen mening volgens Sarah Palin kunnen posten. De schrijvers van deze show maken met de Twitter hashtag "#Accordingtopalin" het mogelijk om ook de waarheid zoals Palin die altijd volgens hen verkoopt te verspreiden (Huffington Post, 03-06-11). Een voorbeeld van ene "@PaulBaack": "#AccordingToPalin Lawrence of Arabia is that terrorist sympathizer in the nine o'clock hour on MSNBC."

Hoewel de media Palin goed onder druk weten te zetten, heeft Palin ook een bijzondere manier van omgaan met de media tijdens haar bustour door Amerika van deze zomer. Omdat ze nog steeds een kanshebber is voor het presidentschap, wordt ze op de voet gevolgd door de media. Maar juist mede door alle kritiek op Palin van de media, heeft Palin aan die media een broertje dood. Zij vertelt van te voren nooit wat haar volgende stop zal zijn. Zo is er voor de media niets te plannen, maar zullen ze haar toch moeten volgen willen ze van haar op de hoogte blijven (The Guardian, 31-05-11). Op dit moment valt het dus voor Palin tegen om goed uit de verf te komen, vooral ook omdat ze nog steeds niet heeft gekozen om presidentskandidaat te worden.

8.4.3 Sentiment in het land

Pers aandacht en positieve teneur mogen van belang zijn maar allesbepalend zijn ze niet. Een belangrijk aspect is het gevoel dat onder de kiezers leeft. Vertolkt Palin op dit moment ook dit sentiment naar haar kiezers toe? Een eerste blik op haar "Facebook" pagina laat veel positieve berichten zien voor Palin. Van mensen die hopen dat ze toch presidentskandidaat kan worden en mensen die haar zien als de vrouw die de problemen zal gaan oplossen, tot politici die via haar Facebook de rechtse zaak steunen met mededelingen over eigen acties.

Palin heeft ook via de eigen spreekbuis FoxNEWS altijd de mogelijkheid om het rechtse sentiment van de kijkers van FoxNEWS te voeden. Ze weet daarin precies te melden wat ze naar voren wil brengen over haar eigen politiek. De politiek in Amerika is nu ook gespannen, mede door de financiële crisis en de naderende presidentsverkiezingen. Palin weet met haar uitspraken op nationale televisie dat sentiment goed aan te boren.

8.4.4 Anti-Reactie

Er is in de onderzochte artikelen weinig anti-reactie te vinden. Kritische geluiden wel, maar er is geen direct patroon in te ontwaren. Wat er is gevonden, zijn vooral geluiden met een sarcastische ondertoon, zoals eerder beschreven. Er zijn ook geen anti-foto's te vinden.

Maar op internet is er wel een grote hoeveelheid aan anti-reacties te ontwaren, met name in de verschillende reactiemogelijkheden bij artikelen. Er zijn daar lange discussies tussen voor en tegenstanders te vinden. Een goed voorbeeld is ook hier de schietpartij in Tucson van 8 januari 2011. De 211 gerelateerde zoekresultaten bij de Washington Post spreken boekdelen.

Toch is er tussen de New York Times, TIME Magazine en Newsweek Magazine weinig verschil te merken in de toon waarop over Palin wordt gesproken. Het is wel

kritisch, maar nooit ronduit negatief. Hierin verschillen ze van bijvoorbeeld FoxNEWS, waar Palin alles kan en mag zeggen wat ze wil en waar ze altijd zeer positief wordt ontvangen.

8.5 Conclusie

Hoewel er kritische koppen en teksten worden gebruikt bij de foto's, blijkt uit de kwantitatieve en kwalitatieve analyses dat het algemene beeld in de onderzochte media behoorlijk positief is over Sarah Palin. Palin is in de onderzoeksperiode in het algemeen positief in beeld gebracht.

Er zijn altijd tegenstanders van politici, en bij Palin zijn de uitersten tussen voor en tegenstanders nog groter. 2011 was tot nu toe geen gemakkelijk jaar voor haar met de kritiek in de nasleep van de schietpartij en haar relatie met de media bij onder andere de bustour.

Toch is er in uit de analyse geen negatieve beeldvorming van Sarah Palin of beeldvorming die specifiek gericht was op haar uiterlijk geconstateerd. Ook is zij niet expliciet als 'seksualiserend' object neergezet. De constatering van Heflick (2010) en Heldman (2011) met betrekking tot de beeldvorming rondom Sarah Palin in de aanloop naar de 2008 presidentsverkiezingen lijken zich dan ook niet te hebben doorgezet. Kritische geluiden die in de media voorkomen verwijzen vooral naar haar incompetentie in haar uitspraken, ze verwoorden niets over haar uiterlijk. Sec uit de foto's is niet af te leiden dat ze als incompetent of "sexy" wordt neergezet. Ook ondersteunt de teneur de bevindingen dat ze op de foto's positief staat afgebeeld. Palin laat zien dat ze haar rol als politica serieus neemt, dat ze haar mannetje kan staan en dat ze ook als moeder weet wat ze moet doen. Juist het beeld van de politica als moeder lijkt dominant.

De onderzochte dag- en weekbladen hebben zeker geholpen bij het opmars van Palin. De bladen hebben dankbaar gebruik gemaakt van de fotogenieke Sarah en haar gezin en Palin zelf had altijd wel iets waarmee ze in het nieuws kon komen. Van het TIME 100th Gala tot signeursessie, ze stond er om zichzelf te presenteren. Maar 2011 heeft wellicht schade aan dat imago gebracht. Haar besluiteloosheid over haar kandidaatstelling, haar regelmatig incorrecte uitspraken en kritiek op haar conservatieve waarden maken het voor haar niet makkelijker om een duidelijke keus naar de toekomst te maken. Vanaf september moeten de officiële kandidaten zich hebben gemeld voor het kandidaatschap vanuit de Republikeinse partij, en we kunnen niets anders dan afwachten wat Palin in de planning heeft.

Noot van de schrijver: Bij het schrijven van deze herziene versie is al enige tijd bekend dat Sarah Palin zich niet kandidaat zal stellen voor de presidentsverkiezingen van 2012. Ze heeft ervoor gekozen om meer bij haar gezin te zijn en ze wil zich inzetten om de Republikeinse campagne te steunen.

De analyse en resultaten van deze thesis zijn geschreven met als uitgangspunt de mogelijkheid dat Sarah Palin nog in de race was om presidentskandidaat van de Republikeinen te worden. Deze herziene versie heeft het bericht van 5 oktober 2011 (Palin, 2011) waarin zij deze mededeling bracht dan ook niet gebruikt.

Hoofdstuk 9: Dankwoord

Deze thesis is niet compleet zonder een dankwoord aan iedereen die mij heeft geholpen deze thesis tot stand te brengen. Ten eerste wil ik de medewerkers van de Universiteitsbibliotheek, de Koninklijke Bibliotheek en de Centrale Bibliotheek Rotterdam bedanken. Zonder hun geduld en kennis van kranten en tijdschriften had ik niet de foto's kunnen vinden die zo belangrijk waren voor dit onderzoek.

Uiteraard kan ik niet om mijn ouders heen. Het is eindelijk zo ver, de studententijd is via een aantal omzwervingen na acht jaar eindelijk afgerond. Een nieuwe stap wordt gezet. Zonder jullie steun en toeverlaat had ik nooit zo ver kunnen komen. Bedankt voor alles, ook tijdens de minder leuke momenten!

Mijn lieve vriendin Emmy, wat moet ik zonder jou! Met vooral veel geduld heb jij mij altijd weten te steunen tijdens het schrijven van de thesis. Als ik het even niet meer zag zitten, wist jij mij altijd op te vrolijken en te helpen. En zonder jouw goede duwtjes richting het toetsenbord was de scriptie nog lang niet af geweest.

Huisgenoten van 't Wijnhuys, clubgenoten van JC Avalon en lieve vrienden uit Winterswijk, bedankt! Ouderwets relativeren aan de bar was soms erg belangrijk en heeft er vaak voor gezorgd dat de thesis gedachten weer op één lijn kwamen. Met jullie was het altijd even ontspannen, om vervolgens vol goede moed weer verder te gaan.

Als laatste wil ik mijn begeleider Louis Zweers bedanken. Het schrijven van de scriptie had een lange aanloop met een licht vertraagd onderzoeksvoorstel en lastig te vinden foto's. Maar ondanks deze vertraging kon ik altijd rekenen op veel enthousiasme voor het onderwerp. De vele tips met betrekking tot de literatuur hebben een goed gevulde boekenkast opgeleverd en het werd door mij altijd zeer gewaardeerd dat ingeleverd werk snel was nagekeken.

Hoofdstuk 10: Literatuur, bronnen en bijlagen

- Amato, J., Heiwert, D. (2010) 'Over the cliff: How Obama's election drove the American right insane'. PoliPointPress, LCC
- Barthes, R. (1975) 'Mythologieën', Vertaling Uitgeverij de IJzer 2002
- Barthes, R. (1984) 'Camera Lucida. Reflections on photography', London: Fontana Paperbacks.
- Bell, P. (2001) 'Content Analysis of Visual Images' Uit: Leeuwen, T. van, Jewitt, C. (2001) 'Handbook of Visual Analysis'. SAGE Publications Ltd. London. Druk 2010 p. 10-34
- Benet, L. (2009) 'Trailblazer; an intimate biography of Sarah Palin'. New York: Pocket Books
- Brink, C. (2000) 'Secular Icons: Looking at Photographs from Nazi Concentration Camps', History & Memory, Volume 12, Number 1, Spring/Summer 2000, p. 135-150
- Bunch, W. (2010) 'The Backlash; Right-wing radicals, high-def hucksters, and paranoid politics in the age of Obama'. New York: HarperCollins
- Cels, S. (2008) 'Leiderschap in beeld: hoe zetten de kandidaten zichzelf neer? Hoe politici zich presenteren in VS'. <http://politiekebeeldvorming.nl/index.htm>
- Collier, M. (2001) 'Approaches to Analysis in Visual Anthropology' Uit: Leeuwen, T. van, Jewitt, C. (2001) 'Handbook of Visual Analysis'. SAGE Publications Ltd. London. Druk 2010 p. 35-60
- Corner, J, Pels, D. 2003. Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicis, Sage Publications, Liverpool
- Elchardus, M. (2009) 'Hollandse burger of Romein' (zevende Rob-lezing) p. 11-32.
- Evans, H (1998) 'Pictures on a page; photo-journalism, graphics and picture editing'. London: Pimlico
- Gill, R. (2007) 'Gender and the Media'. Polity Press: Cambridge. p. 180-217
- Gripsrud, J. (2002) 'Understanding Media Cultures'. Chapter 1: 'Semiotics: signs, codes and cultures'. London: Hodder Arnold. p. 10 - 41
- Heflick, N.A. & Goldenberg, J.L. (2010) 'Sarah Palin, A Nation Object(ifie)s: The Role of Appearance Focus in the 2008 U.S. Presidential Election'. Sex Roles 65/2011 p. 149-155
- Heldman, C. & Wade, L. (2011) 'Sexualizing Sarah Palin; The Social and Political Context of the Sexual Objectification of Female Candidates'. Sex Roles 65/2011:156-164
- Kleinnijenhuis, J. (2003) 'De puinhopen van het nieuws'. Kluwer/Alphen a/d Rijn
- Kleppe, M. (2004) 'Tot icoon verheven'. Erasmus Universiteit Rotterdam
- Korsten, A. (2003). 'Mediahypes als razende journalistieke stormen'. <http://www.arnokorsten.nl/downloads.html>
- Lepore, J. (2010) 'The whites of their eyes: The Tea Party's Revolution and the Battle over American History'. Princeton University Press

Leeuwen, T. van (2001) 'Semiotics and Iconography' Uit: Leeuwen, T. van, Jewitt, C. (2001) 'Handbook of Visual Analysis'. SAGE Publications Ltd. London. Druk 2010 p. 92-118

Major, Lesa Hatley and Perlmutter, David D. (2005) 'The Fall of a Pseudo-Icon: The Toppling of Saddam Hussein's Statue as Image Management', *Visual Communication Quarterly*, 12: 1, p. 38-45

Milbank, D. (2010) 'Tears of a clown: Glenn Beck and the tea bagging of America'. New York: Doubleday

Palin, S. (2009) 'Going Rogue; An American Life'. New York: HarperCollins Publishers (Paperback 2010)

Palin, S. (2010) 'America by Heart; Reflections on Family, Faith and Flag'. New York: HarperCollins Publishers

Palin, S. (2011) 'Restoring America Together'. Wasilla
<http://sarahpac.com/posts/restoring-america-together>

Perlmutter, David D. (1998) 'Photojournalism and foreign policy: icons of outrage in international crises'. Westport, CO: Praeger

Pillai, R. & Williams, E.A. (1998) 'Does leadership matter in the political arena? Voter perceptions of candidates' transformational and charismatic leadership and the 1996 US presidential vote.' *The Leadership Quarterly*, Jaargang 9/1998, nr. 3.

Santen, van R. & Zoonen, van L. (2009) 'Popularisering en personalisering in politieke communicatie'. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, Jaargang 37/2009, nr. 2.

Tennekes, J. (1990) 'De onbekende dimensie. Over cultuur, cultuurverschillen en macht'. Apeldoorn: Uitgeverij Maklu. p. 19-46.

Vasterman, P. (2004) 'Mediahype'. Amsterdam: Uitgeverij Aksant

Wien, C. & Elmelund-Præstekær, C. (2009) 'An Anatomy of Media Hypes; Developing a Model for the Dynamics and Structure of Intense Media Coverage of Single Issues'. *European journal of communication* (London) Jaargang 24/2009, nr. 2, p. 183-201

New York Times

Gratis artikelen start pagina: <http://spiderbites.nytimes.com/>

Krant per dag van 01-01-2010 t/m 31-01-2011 (door de datum te veranderen):

<http://www.nytimes.com/indexes/2010/01/01/todayspaper/index.html>

Zoek opdracht Sarah Palin in New York Times van 01-01-2010 t/m 31-01-2011:

<http://query.nytimes.com/search/query?frow=0&n=10&srcht=a&query=%22sarah+palin%22&srchst=nyt&submit.x=19&submit.y=12&submit=sub&hdlquery=&bylquery=&daterange=period&mon1=01&day1=01&year1=2010&mon2=01&day2=31&year2=2011>

Zoek opdracht Sarah Palin in New York Times van 01-01-2009 t/m 31-12-2009:

<http://query.nytimes.com/search/query?frow=0&n=10&srcht=a&query=%22sarah+palin%22&srchst=nyt&submit.x=26&submit.y=10&submit=sub&hdlquery=&bylquery=&daterange=period&mon1=01&day1=01&year1=2009&mon2=12&day2=31&year2=2009>

(oldest first:

[http://query.nytimes.com/search/query?query=%22sarah+palin%22&d=&o=&v=&c=&n=10&dp=0&daterange=period&srcht=a&year1=2009&mon1=01&day1=01&year2=2009&mon2=12&day2=31&sort=oldest\)](http://query.nytimes.com/search/query?query=%22sarah+palin%22&d=&o=&v=&c=&n=10&dp=0&daterange=period&srcht=a&year1=2009&mon1=01&day1=01&year2=2009&mon2=12&day2=31&sort=oldest)

Zoekopdrachten Mediahype

FoxNEWS

November 2009: [http://www.foxnews.com/search-](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22going+rogue%22&start=80)

[results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22going+rogue%22&start=80](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22going+rogue%22&start=80)

November 2010: [http://www.foxnews.com/search-](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22reality+show%22&start=20)

[results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22reality+show%22&start=20](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&q=%22sarah+palin%22+AND+%22reality+show%22&start=20)

Januari 2011: [http://www.foxnews.com/search-](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&submit=Search&q=%22sarah+palin%22+AND+%22tucson%22&start=50)

[results/search?&sort=date&submit=Search&q=%22sarah+palin%22+AND+%22tucson%22&start=50](http://www.foxnews.com/search-results/search?&sort=date&submit=Search&q=%22sarah+palin%22+AND+%22tucson%22&start=50)

CNN

November 2009:

<http://edition.cnn.com/search/?query=%22sarah%20palin%22%20AND%20%22going%20rogue%22&intl=true&sortBy=date>

November 2010:

<http://edition.cnn.com/search/?query=%22sarah%20palin%22%20AND%20%22reality%20show%22&intl=true&sortBy=date>

Januari 2011:

<http://edition.cnn.com/search/?query=%22sarah%20palin%22%20AND%20%22tucson%22&primaryType=mixed&sortBy=date&intl=true>

The Washington Post

November 2009:

<http://www.washingtonpost.com/newssearch/search.html?st=%22sarah+palin%22+AND+%22going+rogue%22&fn=&sfm=&sa=&cp=1&hl=true&sb=-1&sd=11%2F01%2F2009&ed=11%2F30%2F2009&blt=&bln=&dpp=10&df=Custom+Range>

November 2010:

<http://www.washingtonpost.com/newssearch/search.html?st=%22sarah+palin%22+AND+%22reality+show%22&fn=&sfm=&sa=np&cp=2&hl=true&sb=-1&sd=11%2F01%2F2010&ed=11%2F30%2F2010&blt=&bln=&dpp=10&df=Custom+Range#>

Januari 2011:

<http://www.washingtonpost.com/newssearch/search.html?st=%22sarah+palin%22+AND+%22tucson%22&fn=&sfm=&sa=np&cp=24&hl=true&sb=-1&sd=01%2F01%2F2011&ed=08%2F09%2F2011&blt=&bln=&dpp=10&df=Custom+Range>

USA Today

November 2009:

<http://www.usatoday.com/search/results?q=%2522sarah+palin%2522+AND+%2522going+rogue%2522+&p=9>

November 2010:

<http://www.usatoday.com/search/results?q=%2522sarah+palin%2522+AND+%2522reality+show%2522&p=3>

Januari 2011:

<http://www.usatoday.com/search/results?q=%2522sarah+palin%2522+AND+%2522tucson%2522&p=5>

Lexis Nexis Academic NL EUR: <http://academic.lexisnexis.nl/eur/>

Nieuwsartikelen

- De Volkskrant, 22-10-10. "In het Amerika van Palin is onwetendheid elegant"
- The Guardian, 31-05-11. "Sarah Palin's mystery bus tour keeps US media guessing on 2012 bid". <http://www.guardian.co.uk/world/2011/may/31/sarah-palin-presidential-race-2012>
- Huffington Post, 03-06-11. "#AccordingToPalin: 'The Daily Show' Starts Palin Hashtag Game On Twitter". [http://www.huffingtonpost.com/2011/06/03/according-to-palin-tweets-the-daily-show_n_871183.html#s288086&title=According to Palin](http://www.huffingtonpost.com/2011/06/03/according-to-palin-tweets-the-daily-show_n_871183.html#s288086&title=According%20to%20Palin)
- New York Times, 05-07-09. "Sarah Palin's Resignation Is Another Example of the G.O.P. Split"
<http://www.nytimes.com/2009/07/05/weekinreview/05tanenhaus.html?scp=236&sq=%22sarah+palin%22&st=nyt>
- NOS, 19 juli 2011. "Palin: besluit voor de herfst". <http://nos.nl/artikel/256142-palin-besluit-voor-de-herfst.html>
- The Washington Post, 19-07-10. "Palin invents word 'refudiate,' compares herself to Shakespeare". <http://voices.washingtonpost.com/44/2010/07/palin-invents-word-compares-he.html>
- TIME Magazine, 20-12-10. "What does she want?"
<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2036161-4,00.html>

Sarah Palin

<http://www.sarahpac.com/>

http://en.wikipedia.org/wiki/Sarah_Palin

<http://www.facebook.com/sarahpalin>

<http://twitter.com/sarahpalinusa>

Websites Tea Party movement

<http://www.teapartypatriots.org/>

<http://teapartypatriots.ning.com/>

<http://www.teaparty.org/>

Extra informatie van Wikipedia

http://en.wikipedia.org/wiki/Sarah_Palin

http://en.wikipedia.org/wiki/Tea_Party_protests

http://en.wikipedia.org/wiki/Tea_Party_movement

http://en.wikipedia.org/wiki/The_New_York_Times

http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_elections,_2010

http://en.wikipedia.org/wiki/Rick_Santelli

[http://en.wikipedia.org/wiki/Fred_Barnes_\(journalist\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Fred_Barnes_(journalist))

Afbeelding titelblad: New York Times, 21-10-2010, pagina E1 New York edition

Rich Pedroncelli/Associated Press

<http://www.nytimes.com/slideshow/2010/10/20/fashion/20101021IMAGEss.html>

Afbeelding 1:

<http://maxblumenthal.com/wp-content/uploads/2011/01/palin-bullseye-on-giffords.jpg>