

Angela Merkel: van Mädchen en Mutti tot Powerfrau

Een analyse van de beeldvorming van Angela Merkel in de Britse en Nederlandse dagbladers ten tijde van de Duitse verkiezingen van 2017



Student Name: Lisa Tiggelman
Student Number: 404135

Supervisor: Dr. Bernadette C.M. Kester

Media & Journalistiek
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam

Master Thesis
June 25th 2018

Angela Merkel: van Mädchen en Mutti tot Powerfrau

Een analyse van de beeldvorming van Angela Merkel in de Britse en Nederlandse dagbladpers ten tijde van de Duitse verkiezingen van 2017

ABSTRACT

Op 24 september 2017 werd Angela Merkel voor de vierde keer gekozen als bondskanselier van Duitsland. Dit ging niet zonder slag of stoot: extreemrechtse partij *Alternative für Deutschland* behaalde veel stemmen en Merkels partij de CDU boekte de grootste nederlaag sinds 1949. De verkiezingsuitslag weerspiegelt het gekantelde beeld dat al langer over Merkel bestond. Waar zij eerder op handen werd gedragen in zowel binnen- als buitenland, klonken er in de aanloop naar de verkiezingen veel negatieve geluiden. Binnen deze context van veranderde populariteit van de Duitse politicus is het interessant te bekijken welk beeld nu van Merkel wordt geschetst in de dagbladenpers. In dit onderzoek is dan ook bekeken hoe Angela Merkel werd geportretteerd in de drie weken vóór en de week na de Duitse verkiezingen van 2017 in de Nederlandse en Britse kranten. Er is gekozen voor een comparatief onderzoek naar deze twee landen omdat zij historisch en politiek gezien ver uit elkaar liggen, niet alleen wat betreft relatie met Duitsland, maar ook in hun houding tegenover Europa. Er wordt hiervoor een kwalitatieve onderzoeksmethode gebruikt, waarbij een inhoudsanalyse is uitgevoerd op 60 dagbladartikelen. Binnen deze analyse wordt er, naast het verschil tussen Nederland en Groot-Brittannië, tevens gekeken naar het verschil in beeldvorming tussen populaire en kwaliteitskranten. Uit de analyse is gebleken dat Merkel wordt geportretteerd als standvastige, terughoudende vrouw, die als anker van stabiliteit wordt gezien in een onrustige wereld vol instabiele mannelijke leiders. Daarbij wordt zij vaak als boegbeeld van Europa gepresenteerd, en wordt zij nog steeds vaak in één adem genoemd met haar beroemde 'Wir schaffen das'-beleid uit 2015. In relatie tot dit laatste wordt zij ook gekoppeld aan het idee van schuld en verraad. Merkel is een van de weinige grote vrouwelijke leiders van wereldformaat, en het valt dan ook op in de resultaten dat haar 'vrouw-zijn' geen grote (beperkende) rol speelde in de beeldvorming over haar persoon. Ze krijgt daarentegen juist eigenschappen toegewezen die gebruikelijk aan het masculiene gender worden toegeschreven, en lijkt daarmee als vrouw de masculiene hegemonie te bevechten en tegen de gebruikelijke genderrelatie (en in zekere mate –hiërarchie) in te gaan. De verschillen die bestaan tussen de Britse en Nederlandse dagbladpers zijn grotendeels af te leiden uit de bestaande (politieke) verschillen tussen de landen, en de manier waarop zij tegen Europa aankijken. Verder is duidelijk geworden dat de Nederlandse pers in een iets neutralere toon over de Duitse bondskanselier schrijft dan de Britse, en dat vooral de verschillen tussen de Britse kwaliteitspers en tabloids duidelijk waarneembaar zijn. Vooral in relatie tot de vluchtelingenproblematiek en Brexit laten de laatste zich vaak negatief uit over Merkel.

KEYWORDS: *media, journalistiek, Merkel, beeldvorming, gender, Duitse politiek, personalisering, Othering, Europa*

Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| Hoofdstuk 1. Inleiding | 5 |
| 1.1 Maatschappelijke relevantie | 9 |
| 1.2 Wetenschappelijke relevantie | 10 |
| Hoofdstuk 2. Theoretisch Kader | 11 |
| 2.1 Beeldvorming en framing | 11 |
| 2.1.1 Gebruik van metaforen in beeldvorming | 13 |
| 2.2 Gender | 14 |
| 2.3 Othering | 17 |
| 2.3.1 “The other” frames: Europa en de ‘vluchteling’ | 18 |
| 2.4 Domesticatie van nieuws | 19 |
| 2.5 Internationaal nieuws | 20 |
| 2.6 Nieuwswaarden | 21 |
| 2.7 Personalisering in politieke berichtgeving | 22 |
| 2.8 Nationale context | 24 |
| 2.8.1 Nederland | 24 |
| 2.8.2 Groot-Brittannië | 25 |
| 2.9 Conclusie | 26 |
| Hoofdstuk 3. Methode | 27 |
| 3.1 Kwalitatieve methode | 27 |
| 3.1.1 Data: kwaliteitskranten versus populaire kranten | 27 |
| 3.2 Dataverzameling | 28 |
| 3.3 Data-analyse | 29 |
| 3.3.1 Sensitizing concepts & Operationalisering | 30 |
| 3.4 Betrouwbaarheid en validiteit | 33 |
| Hoofdstuk 4. Resultaten & Discussie | 35 |
| 4.1. “Op de persoon spelen” | 35 |
| 4.1.1. De persoon Merkel; terughoudend en standvastig | 36 |
| 4.1.2. Merkel versus Gender | 38 |
| 4.1.3 Britse versus Nederlandse dagbladen | 41 |
| 4.2 Merkel en “het politieke” | 42 |
| 4.2.1 Merkel als boegbeeld van Europa | 42 |

| | |
|---|----|
| 4.2.2. “Wir schaffen Das” | 43 |
| 4.2.3 Internationale betrekkingen | 45 |
| 4.3 “Schuld en verraad” | 46 |
| 4.3.1. Merkel en de schuldvraag | 46 |
| 4.3.2 Merkel als verrader | 47 |
| 4.3.3. Britse versus Nederlandse dagbladen | 49 |
| 4.4. “Merkel als baken van evenwichtigheid in een wereld van politieke chaos” | 49 |
| 4.4.1. Verzwakt, maar nog steeds grootste | 49 |
| 4.4.2 Tegenstelling met andere politieke leiders | 50 |
| 4.5 Het gebruik van metaforen | 52 |
| Hoofdstuk 5. Conclusie | 54 |
| Literatuur | 59 |
| Appendix 1: Data | 66 |
| Appendix 2: Kernthema’s | 70 |
| Appendix 3: Codeboom | 71 |
| Appendix 4: Codevoorbeeld | 76 |

Hoofdstuk 1. Inleiding

Hoewel de gelijkheid tussen mannen en vrouwen – in ieder geval in het Westen – in de afgelopen decennia is toegenomen, is het aantal vrouwelijke wereldleiders nog steeds op een hand te tellen (Wiliarty, 2008). Er is echter één vrouw die al ruim twaalf jaar aan het hoofd staat van het machtigste Europese land: Angela Merkel. Haar ontwikkeling en loopbaan binnen het politiek verdeelde Duitsland zijn erg interessant en hebben haar gemaakt tot wat zij nu is. Als voormalige Oost-Duitse en vooral als vrouw heeft zij altijd te maken gehad met een uitgesproken beeldvorming rondom haar persoon, en dit is er in de laatste jaren zeker niet minder op geworden. Naarmate haar macht en invloed groeide, groeide ook de media-aandacht.

In een Europese context is Duitsland historisch gezien altijd een belangrijke spil geweest: van Duits Keizerrijk naar Weimarrepubliek, van Nazi-Duitsland naar een verdeelde staat met een oostelijk en westelijk deel (Boterman, 2011). Het beteugelen van de Duitse macht is lange tijd een belangrijke motivatie geweest voor Europese samenwerking. Aan de andere kant wilde Duitsland na de Tweede Wereldoorlog aan de wereld laten zien dat het een vreedzame natie was, en ontwikkelde het land zich tot grote motor achter de Europese eenwording ([Duitsland Instituut], 2017). Ook nu kan Duitsland nog worden gezien als machtigste natie van Europa, en daarmee als een van de machtigste van de wereld, en speelt het in de internationale politiek een vooraanstaande rol.

Angela Merkel is de stugge, niet per definitie charismatische dame die al ruim twaalf jaar over de Duitse bevolking regeert. Haar kapsel, haar kledingkeuze, en enkele (politieke) blunders: niets over Merkel blijft in de media onbesproken. In haar eigen land is ze favoriet onderwerp van veel journalisten, maar ook internationaal gezien wekt Merkel veel media-interesse (De Waard, 2017). Naast de symbolische rol als moeder van de Europese Unie heeft Angela Merkel zich in de laatste jaren tevens opgeworpen tot boegbeeld van de vluchtelingencrisis. Je kan het met haar visie eens zijn of niet, er valt niet te ontkennen dat Merkel stug achter haar standpunt bleef staan, ook toen een groot deel van Duitsland én Europa zich tegen haar keerde. Haar beroemde woorden “Wir schaffen das” staan in vele geheugens gegrift, en is het is deze uitspraak waarmee zij zich wereldwijd onsterfelijk heeft gemaakt.

Merkel werd in 2005 verkozen tot bondskanselier van Duitsland. Hier zal kort uiteengezet worden hoe Angela Merkel volgens Thompson en Lennartz (2007) aan de macht is gekomen en wat volgens deze twee auteurs en ‘Duitse politiek expert’ Mushaben (2007) de belangrijkste punten rondom haar persoon zijn die ook in de media een belangrijke rol hebben gespeeld. Een deel van de (wetenschappelijke) literatuur over Merkel wijst twee belangrijke punten aan die ervoor hebben

gezorgd dat zij haar politieke carrière met een achterstand begon: het feit dat ze een vrouw is en dat zij is opgegroeid in het oosten van Duitsland, in de voormalige DDR (De Waard, 2017; Lennartz & Thompson, 2006; Wiliarty, 2008). Deze auteurs schrijven voornamelijk vanuit een historisch-politiek discours en dragen zo op hun beurt vanuit dit domein ook bij aan de beeldvorming rondom Angela Merkel.

Een van de dingen die Angela Merkel uniek maakt is het feit dat zij een van de weinige vrouwelijke leiders is van 'wereldformaat'. In het volgende hoofdstuk zal dan ook uitgebreid aandacht worden besteed aan het concept gender. Het eerdergenoemde gegeven van Merkels jeugd in de voormalige DDR zal hier kort uiteen worden gezet, evenals het idee van Merkel als Trümmerfrau, dat vrij vertaald kan worden als puinruimster. De keuze voor de behandeling van dit laatste metaforische concept is gebaseerd op enerzijds het feit dat de eerdere twee factoren – gender en DDR – hier samenkomen in één representatie en anderzijds omdat dit een belangrijke vorm is van beeldvorming in de media die sterk bijdroeg aan het keerpunt in Merkels carrière.

Thompson en Lennartz (2007) noemen het feit dat Merkel afkomstig is uit Oost-Duitsland een "additional political disability". Merkel groeide met haar familie op in Templin, een stadje in het noordoosten van het land. Haar jeugd wordt in de literatuur vaak gekenmerkt als 'apolitiek' (Brandsma, 2015). Ze besloot op jonge leeftijd al om natuurwetenschappen te studeren, naar eigen zeggen omdat dit haar de grootst mogelijke academische vrijheid gaf. In de ideologische context van de DDR is deze keuze begrijpelijk: staatsbemoeienis was bij een dergelijke opleiding minimaal (Botermans, 2007).

De vergelijking tussen Merkel en Matthias Platzeck, leider van de SPD, wordt hierbij vaak gemaakt: ook hij was afkomstig uit de DDR, studeerde natuurwetenschappen en werd pas op latere leeftijd politiek betrokken. Merkel ging zich pas na de val van de Muur echt bezig houden met politiek. Dit heeft ertoe geleid dat de beeldvorming over haar als 'Oost-Duitse politicus' beperkt bleef en zij dus gemakkelijker kon doorgroeien als nationaal figuur (Thompson & Lennartz, 2007).

Een andere gebeurtenis die vaak als keerpunt wordt gezien in Merkels carrière is het financiële schandaal rondom CDU-leider Helmut Kohl (De Waard, 2017). De partij had illegaal geld ontvangen en geknoeid met rekeningen in Genève, waardoor Kohl veel reputatieschade opliep. In deze tijden van crisis richtte de partij zich tot Merkel, in feite de protegé van Kohl, om de partij weer in veiliger vaarwater te leiden (Thompson & Lennartz, 2007). Na dit schandaal binnen de CDU kwam Merkel voor het eerst echt bekend te staan als 'Trümmerfrau'. In deze rol moest Merkel de 'morele puinhopen' van de partij weer opbouwen uit de ruïnes van de affaire. Hoewel Merkel altijd bekend stond als 'Kohls Mädchen' (Kohls meisje – Kohl refereerde vaak enigszins verkleinend aan Merkel als 'Das Mädchen'), distantieerde zij zich

al snel van haar beschermheer nadat de omvang van het schandaal duidelijk werd (Van Zoonen, 2006). Hiermee rekende zij feitelijk af met het vrouwelijke stereotype van zwakke politica, en sloot zij zich bij haar mannelijke tegenhangers die meer bekend staan om het opofferen van loyaliteit in moeilijke tijden en om het hard omgaan met rivalen. Haar vrouw-zijn heeft er volgens Thompson & Lennartz (2007) echter wel voor gezorgd dat Merkel veel commentaar kreeg op haar actie.

Opvallend is dat meer dan een decennium later de Duitse krant Der Spiegel opnieuw Merkel als Trümmerfrau aanhaalde. Dit keer ging het echter niet om de 'morele puinhopen' van haar partij de CDU die zij moest opruimen, maar om de puinhopen van Europa. De ondertitel die hierbij hoorde luidde 'Als de euro faalt, faalt Merkels bondskanselierschap'. Mushaben (2007) merkt terecht op dat het hier enigszins opvallend is dat Merkel de last van de puinhopen die voornamelijk mannelijke bankiers en leiders hebben aangericht moet dragen. Aan de andere kant is dit precies waar de term Trümmerfrau vandaan komt: het waren ook na de Tweede Wereldoorlog grotendeels de vrouwen die de steden die onder het bewind van Hitler en zijn mannelijke 'ministers' plat waren gebombardeerd moesten opbouwen (de vrouwelijke populatie was minder aangetast dan de mannelijke) (Mushaben, 2007, p.189). De Trümmerfrauen staan in de Duitse literatuur bekend om de grote bijdrage die zij (noodgedwongen) aan de wederopbouw van Duitsland hebben geleverd. Ook binnen deze metafoor komt dus opnieuw de belangrijke rol van Merkel in Duitsland en in Europa naar voren. Het gebruik van metaforen en de rol die deze spelen in beeldvorming zal in het volgende hoofdstuk nog uitgebreider aan bod komen.

Wanneer we kijken naar de twee speerpunten van Merkels beleid – Europa en de vluchtelingenproblematiek – zien we dat deze hebben bijgedragen aan het beeld dat er internationaal gezien van haar bestaat en dat zij grotendeels bepalend zijn geweest voor de binnenlandse politiek van Europese landen in het afgelopen jaar. Tijdens de Nederlandse verkiezingen waren deze punten – naast andere zaken zoals de zorg, defensie en onderwijs – dominerend in het politieke debat. Voor veel Nederlanders speelden de vragen 'hoeveel vluchtelingen' en 'Ja of nee tegen Europa' een belangrijke rol in het stemproces. In Groot-Brittannië ging het nog een stapje verder: de gemoederen waren daar inmiddels zo hoog opgelopen dat er een stemming kwam om uit de Europese Unie te stappen. Met Brexit als gevolg.

Nederland en Groot-Brittannië liggen in hun opvattingen over deze zaken redelijk ver uit elkaar. Waar Groot-Brittannië als gevolg van de Brexit uit de Europese Unie zal stappen, een beslissing die volgens velen mede is gemaakt uit angst voor de grote vluchtelingenstromen (allereerst uit Oost-Europa, later ook uit het Midden-Oosten), is het Nederlandse kabinet nog steeds behoorlijk pro-Europa en staan

we ook wat betreft de vluchtelingenkwestie een stuk dichterbij Duitsland. Naast deze politieke kloof verschilt de nationale context van Nederland en Groot-Brittannië ook historisch sterk. Waar de Britten als sinds lange tijd de weg van het isolationisme aanhangen, was Nederland altijd een sterk onderdeel van Europa. Zo stond ons land vooraan bij alle besprekingen die de Europese landen dichterbij elkaar brachten, of het nu ging om de oprichting van de Europese Economische Gemeenschap (EEG) in 1958, de eerste Schengenverdragen van 1985 of de invoering van de Euro in 2002. Door de eilandpositie van de Britten zit het wellicht meer in de volksaard om een wat meer geïsoleerde en in zichzelf gekeerde kijk te hebben op Europa en de wereld (ook wel splendid isolation genoemd), dan de Nederlanders die altijd onderdeel hebben uitgemaakt van Europa en dus altijd afhankelijker waren van hun buurlanden, vooral van het Duitse ‘achterland’ (Vis & Moldenhauer, 2010).

De nationale verschillen in historische context, politiek en beleid maken van deze twee landen een interessante casus om de berichtgeving over de Duitse politiek te bestuderen. In deze studie wordt daarom de veronderstelling onderzocht of het van invloed is op de beeldvorming over Merkel wanneer de nationale regeringspolitiek (als vertegenwoordigende instantie van de kiezers) pro- dan wel anti-Europese politiek bedrijft. Om deze vraag op een juiste manier te kunnen onderbouwen is er in het theoretisch kader een paragraaf opgenomen die de politieke contexten van beide landen beschrijft. Daarin wordt ingegaan op hoe de landen zich verhouden ten opzichte van Duitsland (en de Duitse politiek) in relatie tot Europa en de Europese Unie. Dit alles heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag:

Hoe verhouden Britse dagbladen zich tot de Nederlandse dagbladen in hun beeldvorming over Angela Merkel tijdens de Duitse verkiezingen van 2017 en welke rol speelt de nationale context van beide landen hierin?

Deze vraag zal beantwoord worden aan de hand van de volgende deelvragen:

1. Wat is het beeld dat van Merkel wordt geschetst in de Nederlandse kranten in de maand vóór de verkiezingen?
2. Wat is het beeld dat van Merkel wordt geschetst in de Britse kranten in de maand vóór de verkiezingen?
3. Wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen de beeldvorming in beide landen?
4. Wat zijn intern in beide landen de verschillen tussen de kwaliteitskranten en populaire kranten als het om de beeldvorming van Merkel gaat?

5. Kunnen deze overeenkomsten en verschillen gerelateerd worden aan de politieke standpunten ten aanzien van Europa/de Europese Unie die Nederland en Groot-Brittannië innemen?

1.1 Maatschappelijke relevantie

Naar de beeldvorming over Angela Merkel is al historisch (Boterman, 2017), journalistiek (De Waard, 2017) en politicologisch (Mushaben, 2017) onderzoek gedaan. Toch is er ondanks dit bestaande onderzoek veel belang bij een diepgaande studie naar de beeldvorming van Merkel rondom de afgelopen verkiezingen.

Allereerst is de recente omslag in het beeld over Merkel – waar de media een zeer grote rol in hebben gespeeld – nog zo nieuw dat op dit specifieke vlak nog geen mediaonderzoek is verricht. Waar Merkel jarenlang het grootste deel van de Duitse bevolking achter zich had staan (en ook in andere Europese landen veel steun kreeg) hebben verschillende factoren – meest in het oog springend haar “Wir schaffen das”-beleid – ervoor gezorgd dat een groot deel van deze steun begon af te brokkelen. Hoewel Merkels partij uiteindelijk wel de verkiezingen van 2017 heeft gewonnen, ging deze overwinning gepaard met een moeizame campagneperiode en uiteindelijk historisch grote verliezen voor de CDU. Dit onderzoek vult op deze manier de wetenschappelijke leemte en voegt tegelijkertijd een extra dimensie toe aan de al bestaande onderzoeken over Merkel door het gebruik van een comparatieve aanpak. Binnen deze aanpak wordt de mediabeeldvorming van de politicus in Groot-Brittannië en Nederland met elkaar vergeleken, wat inzicht verschaft over onder andere de rol van externe (politieke) factoren op nieuws (die voor beide landen anders zijn) en de domesticatie van nieuws in nationale dagbladers.

Daarbij kijk ik binnen deze vergelijkende aanpak dus naar de invloed van specifieke nationale sentimenten en denkbeelden, zoals die zich uiten ten aanzien van Europa, op beeldvorming in de media. Binnen deze studie staat daarmee de vraag centraal of er sprake kan zijn van (al dan niet pluriforme) nationale frames. Deze nationale frames in de beeldvorming over internationale politici kunnen consequenties kunnen hebben voor de internationale betrekkingen tussen de landen, bijvoorbeeld wat betreft het Europese migratiebeleid, Brexit of de steun die Merkel binnen de Europese Unie ontvangt. Het is daarom vanuit een maatschappelijk oogpunt belangrijk dat het bestaan en gebruik van deze mogelijke frames worden onderzocht.

Tot slot speelt de (ontwikkeling van de) Europese Unie voor Nederland en Groot-Brittannië economisch en politiek gezien een grote rol. In de berichtgeving over Merkel in de aanloop naar de Duitse verkiezingen komen deze zaken vaak aan bod. Binnen het politieke spectrum hebben beide landen een andere uitgangspunt, waarbij Nederland in feite tussen Groot-Brittannië en Duitsland in

staat. Het is voor beide landen belangrijk een goede positie te verkrijgen binnen – of ten opzichte van – de Europese Unie, en met de herverkiezing van Merkel gaan grote nationale (politieke) belangen gepaard. Ook vanuit deze Europese invalshoek is het dus van belang de berichtgeving in beide landen te onderzoeken.

1.2 Wetenschappelijke relevantie

Vanuit een wetenschappelijke benadering is het belangrijk de beeldvorming rondom Merkel te analyseren binnen een context van internationale betrekkingen. Waar Groot-Brittannië van oudsher een aanhanger was van het isolationisme en zich dikwijls afzijdig hield van Europa, is Nederland altijd vrij pro-Europa geweest en heeft het in de periode na de Tweede Wereldoorlog een goede politieke en economische band met Duitsland opgebouwd. Daarbij zijn er duidelijke verschillen te ontdekken in de politieke systemen van Nederland en Groot-Brittannië (De Vreese, 2003) en verschillen ook de mediasystemen van beide landen sterk van elkaar (Hallin & Mancini, 2014).

Het is wetenschappelijk gezien relevant om te bekijken of nationale verschillen een rol spelen (en welke verschillen dit dan zijn) in de berichtgeving over Merkel en welke verschillende frames hierbij worden toegepast. Dit onderzoek onderscheidt zich hiermee van andere studies naar Merkel, omdat er twee cases – Britse en Nederlandse dagbladen – met elkaar vergeleken worden. Daarbij is het tevens interessant te onderzoeken wat de verschillen tussen de populaire en kwaliteitskranten zijn. Zoals in Hoofdstuk 3 te lezen is worden er, zowel in de wetenschap als binnen het maatschappelijke kader, vaak bepaalde aannames gedaan over de inhoud en vorm van deze twee verschillende krantengenes. Daarbij kennen Nederland en Groot-Britannië zoals gezegd een ander mediasysteem, waarbij de zogenaamde tabloids vrij veel verschillen van de Nederlandse populaire kranten zoals *De Telegraaf* of *Algemeen Dagblad*.

Tot slot is het vanuit het perspectief van politieke communicatie zeer relevant hoe zo'n machtig leider, een vrouw, binnen Europa een zeldzaamheid, wordt geportretteerd in grote dagbladen. Dit is met name interessant wanneer haar politieke positie in het desbetreffende land zwakker is, zoals met Merkel het geval was in de aanloop naar de Duitse verkiezingen van 2017. De media, en in het bijzonder de grote dagbladen, spelen een grote rol in de perceptie die het volk heeft van politici en de politiek in het algemeen (Brants & Bos, 2014). Deze studie biedt inzicht in de manieren waarop een politieke persona gemaakt of gebroken kan worden door middel van verschillende manieren van berichtgeving. Daarmee komen ook aspecten als gender en de relatie tussen politici en media in beeld.

Hoofdstuk 2. Theoretisch Kader

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste concepten die centraal staan in dit onderzoek uiteengezet, alsmede eerder onderzoek op dit gebied. Dit gebeurt aan de hand van relevante wetenschappelijke bronnen. In de inleiding is de persoon Angela Merkel, de vrouw die centraal staat in dit beeldvormingsonderzoek, al uitvoerig besproken. Haar beeld in de media is gebaseerd op literatuur vanuit verschillende domeinen, zoals geschiedenis en internationale betrekkingen. Deze bronnen belichten elk andere aspecten van Merkel. Binnen deze verschillende discoursen wordt zo een bepaald beeld van de Duitse politicus geconstrueerd dat al dan niet overeenkomt met de beeldvorming in de media.

Behalve representatie en framing komen ook theorieën rondom *Othering*, beeldvorming over asielzoekers in de media en beeldvorming over Europa en de Europese Unie aan de orde. Het begrip *Othering* speelt in verschillende dimensies die betrekking hebben op Merkel een rol: binnen het domein van gender(theorieën) (de vrouw als Ander), binnen de vluchtelingenproblematiek (de vreemdeling als 'Ander') en zeker ook bij nationale sentimenten en de kijk op Europa en andere Europese landen. Daarbij zal er aandacht zijn voor de nationale context van Nederland en Groot-Brittannië, met wat betreft de berichtgeving en beeldvorming van de Duitse politiek in de nationale media. In dit theoretisch kader is een trechtersvormige opbouw gehanteerd. Dit betekent dat er eerst zal worden begonnen met het bespreken van de bredere, meer algemene mediatheorieën over beeldvorming en framing, om vervolgens steeds specifiekere andere (sociologische, journalistieke en uiteindelijke historische) theorieën aan bod te laten komen.

2.1 Beeldvorming en framing

In deze studie wordt door middel van een kwalitatieve inhoudsanalyse onderzocht hoe Angela Merkel in de Britse en Nederlandse media wordt gerepresenteerd. In de beeldvorming, die tot uiting komt in bepaalde frames, staat de Duitse politiek ten aanzien van de Europese migratiecrisis en de Europese Unie centraal.

Een belangrijke manier waarop de media de publieke opinie kunnen beïnvloeden is door het gebruik van specifieke frames (De Vreese, 2005). Baldwin van Gorp (2007) omschrijft dit framingbegrip als volgt: "Het concept framing gaat uit van de idee dat gebeurtenissen, personen of kwesties betekenis

krijgen door het frame of de invalshoek van waaruit ze in een tekst worden belicht” (p.13). In dit idee construeert en definieert een journalist via een communicatie- of mediaplatform een bepaalde kwestie of gebeurtenis (bijvoorbeeld van sociale of politieke aard) voor het publiek. Door nadruk te leggen op bepaalde waarden, feiten, en aspecten rondom deze kwesties, wordt er schijnbare grotere relevantie meegegeven aan deze onderdelen en visies in de tekst (Nelson et al., 1997). Robert Entman (1993) noemt dit ook wel “the power of a communicating text” (p.51). Door bepaalde zaken uit te vergroten of extra te belichten wordt de *salience* van dit tekstonderdeel verhoogt. Entman (1993) definieert dit begrip als volgt: “It means making a piece of information more noticeable, meaningful or memorable to audiences. An increase in salience enhances the probability that receivers will perceive the information, discern meaning and thus process it, and store it in memory” (p.53).

Binnen het wetenschappelijke framingparadigma is veel onderzoek gedaan naar de invloed van framing op het publiek (De Vreese, Boomgaarden & Semetko, 2010; Druckman, 2007; McLeod & Detender, 2006; Scheufele, 2006). Deze onderzoeken over framing-effecten lopen uiteen van agenda-setting en agenda-priming tot studies die onderzoek doen naar de berichtgeving in de media over specifieke gebeurtenissen of het gebruik van specifieke frames (Nelson, Oxaly & Clawson, 1997).

In 1972 bedachten Maxwell McCombs en Donald Shaw de term “agenda-setting” in hun onderzoek naar de rol van de massamedia in de politiek. Agenda-setting betekent de manier waarop bepaalde kwesties worden geselecteerd voor wat Cobb en Ross (1997) “active consideration” noemen (p.3). De media zorgen er hiermee dus voor dat bepaalde gebeurtenissen op de publieke agenda komen, door deze specifieke gebeurtenissen te selecteren en er over te berichten. Het andere concept, priming, hangt samen met associaties en interpretaties, en wordt vaak samen genoemd met het concept agenda-setting. Agenda-setting zorgt er in deze zin dus voor dat de aandacht van het publiek op een bepaald fenomeen of bepaalde gebeurtenis wordt gericht. De theorie rondom priming is afkomstig uit studies over cognitieve verwerking van semantische informatie (Scheufele, 2000). Collins en Loftus (1975) leggen dit proces als volgt uit: “When a concept is primed, activation tags are spread by tracing an expanding set of links in the network out to some unspecified depth. When another concept is subsequently presented, it has to make contact with one of the tags left earlier and find an intersection” (p.409).

Hoewel deze theorieën wel sterk samenvallen met het concept van framing, zal hier niet uitgebreider op in worden gegaan gezien het feit dat dit onderzoek draait om het achterhalen van de specifieke frames (*issue-specific*) die in de berichtgeving over Angela Merkel worden gebruikt. Wel is het belangrijk deze effecten te benoemen om tot een goed begrip van het functioneren van de media en de

rol van framing te komen.

In het framingproces worden bepaalde keuzes gemaakt, bepaalde zaken belicht en andere juist onderbelicht, en dit heeft invloed op hoe het verhaal over een gebeurtenis gevormd wordt in het eindproduct (in het geval van dit onderzoek dus krantenartikelen). Dit heeft daarmee ook effect op hoe het publiek deze gebeurtenissen leest, interpreteert, en hoe zij hier uiteindelijk betekenis aan geeft (De Vreese, 2005).

Claes de Vreese (2002) stelt dat er twee verschillende soorten frames kunnen worden onderscheiden binnen beeldvormingsonderzoek: *issue-specific* frames en *generic* frames. De laatste categorie betreft 'genres' van algemene frames die op een breed scala van nieuwsartikelen van toepassing zijn en soms zelfs tijd en verschillende culturele contexten overstijgen (De Vreese, 2005, p.54). De *issue-specific* frames – die in dit onderzoek centraal staan – hebben alleen betrekking op het desbetreffende onderwerp, thema of gebeurtenis (De Vreese, 2005). In dit geval draait het dus om de beeldvorming over Angela Merkel, waarbij specifiek wordt gekeken naar hoe haar rol in Europa ten aanzien van de vluchtelingenkwestie en de Europese Unie wordt geframed.

2.1.1 Gebruik van metaforen in beeldvorming

Zoals genoemd in de inleiding, en zoals later in dit theoretisch kader verder zal blijken, wordt er zowel in de media als binnen verschillende wetenschappelijke discoursen veel gebruik gemaakt van metaforen wanneer er over Merkel wordt gesproken. Het gebruik van dergelijke metaforen kan een belangrijke rol spelen in de beeldvorming rond een politiek figuur, omdat ze grote invloed hebben op ons conceptuele systeem. Zo stellen George Lakoff en Mark Johnson (2003) dat de metafoor vaak op onopvallende wijze sterk is doorgedrongen in ons alledaagse leven, niet alleen in taal, maar ook in ons denken en handelen. Deze 'onopvallendheid' die Lakoff en Johnson schetsen komt overeen met het vaak onbewuste, bijna gedachteloze karakter van beeldvorming en de manier waarop frames worden overgenomen.

De beeldvorming van bijvoorbeeld Merkel als Trümmerfrau draagt dus een krachtige boodschap in zich, omdat dit metaforische concept de lezer stimuleert het ene object als het andere te gaan zien: "The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another" (Lakoff & Johnson, 2003, p.5). Binnen deze specifieke metafoor wordt de politicus Merkel bijvoorbeeld afgebeeld als heldhaftige, sterke vrouw, die zonder te klagen de puinhopen van haar (mannelijke) voorganger opruimt (Thompson & Lennartz, 2007). In deze zin heeft deze metafoor dus ook een gendertypische dimensie in zich. Het concept gender zal in de komende paragraaf verder worden

uitgewerkt. Uit de analyse zal blijken welke rol metaforische uitspraken of vergelijkingen spelen in de beeldvorming over Merkel in de te onderzoeken artikelen.

2.2 Gender

In veel wetenschappelijk onderzoek van de afgelopen jaren speelt gender een belangrijke rol. Zoals een groot aantal academici aangeven (Butler, 2004; Connel, 2014; Eagly & Wood, 2012; Finley, 2010) is het idee van gender en genderrollen ingebed in de dagelijkse sociale interactie. Genderrollen zijn sociale constructen ingebed in de cultuur. Ook David Tresemer (1975) benadrukt dat gender cultureel bepaald is en definieert het concept als volgt:

Classification by “sex” refers to the dichotomous distinction between male and female based on physiological characteristics; classification by “gender” refers to the psychological and cultural definitions of the dimensions “masculine” and “feminine,” and only tends to a strictly dichotomous distinction between groups (Tresemer, 2007, p.309).

Er wordt in de wetenschappelijke literatuur dus een onderscheid gemaakt tussen sekse en gender, waarbij het concept sekse gebaseerd is op biologische kenmerken en gender als social construct wordt gezien. Zoals ook Butler (2004) betoogt, is het idee van gender een hulpmiddel waarmee de productie en normalisatie van masculiene en feminiene eigenschappen of stereotypen plaatsvindt. Er zijn vele mythes aan te wijzen die rondom genderidentiteit en de aangenomen verschillen tussen mannen en vrouwen bestaan. Enkele tegenstellende mythes die hierbij genoemd kunnen worden zijn rationeel tegenover intuïtief, intellect tegenover gevoel, hard tegenover zacht, repressie tegenover expressie, autonomie tegenover afhankelijkheid, sociaal tegenover natuurlijk, en publiekelijk tegenover privé (Oakley, 1997, p.709).

Het bestaan van genderrollen representeert de perceptie van mensen van de sociale rollen van mannen en vrouwen in de samenleving. Een voorbeeld hiervan is dat in de postindustriële samenleving, het geaccepteerder is voor mannen dan voor vrouwen om een baan te hebben, vooral in autoritaire posities, terwijl vrouwen vaker een verzorgende rol hebben, zowel binnen het gezin als in werksituaties (Eagly & Wood, 2012). De scheve verdeling van deze specifieke sociale rollen is volgens Eagly en Wood (2012) ontstaan vanuit de gedachte dat het menselijk lichaam geëvolueerd is met fysieke geslachtsverschillen, waarbij mannen groter en sneller zijn en meer kracht in hun (boven)lichaam

hebben, terwijl vrouwen kinderen dragen en voeden.

Door specifieke sociale rollen te vervullen (bijvoorbeeld als ouder of in de een bepaalde functie in een bedrijf) voeren mensen genderrollen uit. Socialisatie vergemakkelijkt deze sekse-typische rolgedragingen en zorgt ervoor dat mannen en vrouwen persoonlijkheidstrekken en vaardigheden ontwikkelen die hiermee overeenkomen (Eagly & Wood, 2012).

Genderrollen worden zoals eerder genoemd verdeeld in masculiniteit en femininiteit. De ontwikkeling van het concept *hegemonic masculinity* is decennialang een belangrijk onderdeel geweest in de sociologische analyse van mannelijkheid en vrouwelijkheid. Hoewel er meerdere vormen van masculinity zijn, is *hegemonic masculinity* de vorm die sociaal dominant is. Deze dominante status is onder andere bereikt door culturele praktijken, discursieve centraliteit en de marginalisatie van alternatieven (Finley, 2010). Hiermee wordt bedoeld dat het masculiene feitelijk altijd machtig is geweest en dat deze macht is bevestigd en versterkt door alledaagse praktijken. De man heeft altijd een centrale rol gespeeld binnen verschillende domeinen (zoals werk of gezin), terwijl het feminiene altijd in een als ondergeschikt gedefinieerde positie zat en vaak nog steeds zit. Dit belichaamt de huidige geaccepteerde manier om de genderdimensie te naturaliseren en de mannelijke macht te behouden (Finley, 2010, p.360). Zoals Krijnen en van Bauwel noemen, "Stereotyping is a signifying practice and therefore productive; they produce knowledge of the Other and of The Self" (2015, p.44). Dit idee van *Othering* speelt in een cruciale rol binnen genderstereotypering, en zal in de volgende paragraaf uitgebreider aan bod komen.

Raewyn W. Connel (2014) betoogt in zijn boek *Gender & Power* waarom een sociale analyse van het concept gender nodig is voor een goed begrip van niet alleen het persoonlijke leven, maar ook van politiek en de maatschappij in zijn geheel. Angela Merkel heeft als een van de weinige vrouwen op een politieke topositie vanzelfsprekend ook te maken met deze veronderstelde genderrollen. Hoewel Sarah Elise Wiliarty (2008) betoogt dat er aan het eind van de twintigste eeuw een grote nadruk lag op gendergelijkheid en er hierdoor ook speciale 'gender quotas' waren ingesteld binnen de Duitse politiek, zijn andere wetenschappers grotendeels van mening dat het feit dat Merkel een vrouw is haar direct al een achterstand gaf ten opzichte van haar mannelijke collega's (Thompson & Lennartz, 2007).

Hoewel haar 'vrouw-zijn' in eerste instantie als een hindernis gold in de politieke carrière van Merkel, betogen Thompson en Lennartz (2007) dat na het schandaal rondom Köhl haar vrouw-zijn juist vóór haar werkte in plaats van tegen haar. Het heersende vrouwelijke stereotype impliceert dat vrouwen minder Machiavellisch – in andere woorden minder machtsbelust – zijn dan mannen. In normale situaties betekent dit vaak dat vrouwen als 'niet hard genoeg' worden beschouwd en daardoor

minder politiek geschikt (Richter, 1990), maar in een crisissituatie kan dit beeld juist aantrekkelijk zijn. De twee auteurs benoemen: “Women are seen as best suited to cleanse the soiled public realm. They possess the ‘moral capital’ necessary to make a clean start” (Thompson & Lennartz, 2007, p.106).

De genderstereotypering heeft tevens gezorgd voor een voorspelbare vergelijking die vooral in de media erg vaak werd gemaakt: die tussen Merkel en de Britse Margareth Thatcher (Thompson & Lennartz, 2007). Zo observeert *The Independent* dat er naar Merkel, vroeger vaak ‘Ms. Europe’ genoemd, nu herhaaldelijk wordt verwezen als ‘Frau Germania’, ‘Iron Lady’ en zelfs ‘Maggie Merkel’ “not just by hyper-critical British newspapers but by the press in her own country” (Paterson, 2010). Naast een sterke genderdimensie zien we dat deze verwijzingen wederom een metaforisch karakter hebben. Dit versterkt zoals eerder genoemd de beeldvorming rondom Merkel en zorgt ervoor dat er op onopvallende wijze een bepaald beeld wordt geconstrueerd.

Vooraf aan het begin van haar carrière was Merkel vaak een mikpunt van de media. De stereotypen die hier, naast de vergelijking met Thatcher, herhaaldelijk werden gebruikt hebben vaak sterke gender-ondertonen, betoogt ook Joyce Marie Mushaben (2007). De stereotypen die in de media vaak aangehaald werden suggereren volgens Mushaben dat vooral mannelijke critici het moeilijk vonden haar te accepteren als de echte leider van een machtige natie. Ze somt enkele memorabele labels op:

‘Kohl’s Girl’, ‘Joan of Arc’, the ‘Iron Maiden’, ‘Father-Murderer’, ‘Angie the sleeper’, the ‘Sphinx’, Angela Ahnunglos (the Clueless’), the ‘Black Widow Spider’, ‘Maggie Merkel’, ‘The Trümmerfrau (‘Rubble Woman’), ‘Deutsche Queen’, ‘Alice in Wonderland’, ‘Madam Europe’, the ‘Harmony Chancellor’, the ‘Crisis Chancellor’, ‘Mrs. Cool’, The ‘Alpha-Kanzelerin’, the ‘Power-Psychicist’, the ‘Lost leader’, and of course, that all-time French favorite ‘Madam Non’ (Mushaben, 2017, p.23-24).

Veel van deze termen zijn ingezet om Merkels kracht als een vrouwelijke leider te marginaliseren, maar de specifieke labels (vaak juist erg krachtig) die hier gekozen zijn bewijzen eigenlijk het tegenovergestelde.

De vrouwelijke stereotypering die in deze paragraaf is behandeld en wordt versterkt door het gebruik van verschillende metaforen biedt tevens een interessante kijk op de huidige beeldvorming rondom Merkel: de vrouw die aan het hoofd stond tijdens de financiële crisis van 2008 en daarbij nu een heel ander soort crisis – de vluchtelingenstroom – in goede banen moet leiden. Uit de analyse van de

berichten zal blijken of gender naast in de visie van de wetenschap ook een rol speelt in de berichtgeving over de Duitse bondskanselier. Liesbeth van Zoonen (2006) voorspelde in 2006 al dat haar optreden als staatshoofd waarschijnlijk belangrijker zou worden voor de publieke opinie dan haar optreden als vrouw, een voorspelling die mogelijk uitgekomen is.

2.3 Othering

Nu de wat algemenere concepten beeldvorming, framing en gender in internationale context in het voorafgaande deel zijn besproken is het belangrijk enkele specifieke frames en manieren van beeldvorming te bekijken die belangrijk zijn binnen dit specifieke onderzoek. Allereerst zal hier een concept aan bod komen dat aan de basis staat van de opbouw van veel verschillende soorten frames: *Othering* (dat tevens verband houdt met gender). Vervolgens ga ik in op twee frames die belangrijk zijn in de beeldvorming over Merkel: framing van de asielzoekers (een van de belangrijkste en meest internationaal erkende speerpunten in Merkels politieke beleid van de afgelopen jaren) en framing van de Europese Unie (met Merkel als voorvechter en figuurlijk 'boegbeeld' van deze Unie).

Een belangrijke en veelgebruikte manier van beeldvorming zijn zoals genoemd frames die gebaseerd zijn op het idee van *Othering*. Jean-François Staszak beschrijft dit concept als volgt:

Otherness is the result of a discursive process by which a dominant in-group ("Us", the Self) constructs one or many dominated out-groups ("Them", Other) by stigmatizing a difference – real or imagined – presented as a negation of identity and thus a motive for potential discrimination. To state it naively, difference belongs to the realm of fact and otherness belongs to the realm of discourse. Thus, biological sex is difference, whereas gender is otherness (Staszak, 2008, p.2).

Dit idee van een onderscheid maken tussen de 'wij'-groep en de 'zij'-groep speelt ook in de beeldvorming over andere landen – zoals het geval is bij de Nederlandse en Britse beeldvorming van de Duitse politiek – een zeer belangrijke rol. Sociaal-psycholoog Henri Tajfal (1974) maakt in zijn studie een onderscheid tussen zogenaamde in-groups en out-groups. Om ervoor te zorgen dat de leden van een in-group een out-group gaan haten, niet leuk vinden of discrimineren, moeten ze eerst het gevoel hebben te behoren tot de groep die duidelijk verschilt van degenen die ze haten, niet leuk vinden of discrimineren. Dit gevoel van onderlinge 'verbondenheid' wordt wel toegeschreven aan het bestaan van out-groups die worden gezien als bedreigingen of gemeenschappelijke vijanden. Het bestaan van

dergelijke out-groups zou bijdragen aan de intensiteit van het in-grouplidmaatschap. De kracht van de in-groups zou dus zijn afgeleid van de relatie tussen de in-group en de out-group (Tajfal, 1974). In relatie tot vluchtelingen, Europa en Merkel zijn de concepten van in- en out-groep relevant, dit zal dan ook in de volgende paragraaf uiteen worden gezet.

2.3.1 “The other” frames: Europa en de ‘vluchteling’

Uit de literatuurstudie en het (media)vooronderzoek dat is uitgevoerd komt naar voren dat Angela Merkel vaak wordt geassocieerd met twee belangrijke thema’s: Europa en de vluchtelingen crisis.

De labeling van asielzoekers (of andere ‘vreemdelingen’) gebeurt in de media doorgaans op enkele manieren. Wat deze labels volgens Baldwin van Gorp met elkaar gemeen hebben, is dat ze allemaal een niet te vermijden beoordelend aspect impliceren (2006, p.29). Ook komt hier de eerder besproken theorie van Tajfal (1974) duidelijk terug, waar de out-group – in dit geval vluchtelingen of asielzoekers – vaak als bedreiging of gemeenschappelijke vijand worden gezien.

Van Gorp onderscheidt zes dominante frames in zijn onderzoek over de beeldvorming van asielzoekers in de media: 1. het ‘Not in my backyard’-frame (de faciliteiten rondom vluchtelingen dienen hierbij een maatschappelijk doel dat leidt tot negatieve gevolgen die vooral door de omwonenden worden gedragen); 2. het ‘politici zijn te wantrouwen’-frame (politici laten zich leiden door eigenbelang en kijken niet naar de gevolgen voor gemeenten die te maken krijgen met vluchtelingen); 3. het ‘vreemdelingen zijn indringers’-frame (grotendeels gebaseerd op stereotypering: ziet de vluchteling als “crimineel, een geweldenaar, een potentieel gevaar voor de veiligheid” (van Gorp, 2006, p.126); 4. het ‘onschuldige slachtoffer’-frame (alternatief frame in de beeldvorming, ziet vluchtelingen als hulpbehoevend en kwetsbaar, als personen die bezwijken onder de druk van de wereld of van andere, vaak gepaard met onrechtvaardigheid), 5. het ‘alles in de tuin is prachtig’-frame (alle ellende verdwijnt naar de achtergrond (anders dan bij slachtoffer-frame) en iedereen neemt een beetje verantwoordelijkheid); en 6. het ‘voorzieners’-frame (concrete, praktische kijk op het aanbieden, creëren en gebruik maken van kansen voor en van vluchtelingen) (Van Gorp, 2006).

Binnen dit onderzoek zal worden gekeken in hoeverre dergelijke frames ook in verband worden gebracht met Merkel in de berichtgeving over haar persoon en beleid, en zal tevens worden bekeken of de visie die de berichten delen over de asielzoekers samenhangen met de meningen die over Merkel worden gedeeld. Zo kunnen haar acties en optredens rondom dit onderwerp als bijvoorbeeld dapper, volhardend of vastberaden worden gezien, maar ook als een negatieve beslissing die slecht is voor Duitsland (en wellicht heel Europa).

Ook Esther Greussing en Hajo G. Boomgaarden (2017) benoemen in hun onderzoek dat er in de beeldvorming over de Europese vluchtelingencrisis naast de administratieve aspecten rond de aankomst en registratie vooral de nadruk wordt gelegd op narratieven over bedreiging van veiligheid en economie. Meer humanitaire frames en frames die zich richten op achtergrondinformatie over het leven van de vluchtelingen spelen volgens hen een minder belangrijke rol (Greussing & Boomgaarden, 2017).

De immigratiecrisis, die rond 2007 begon, heeft op veel verschillende manieren grote invloed gehad op de Europese politiek en de manieren waarop de Europese burgers deze politiek bekijken en vertrouwen. De complexiteit van en onzekerheid over de Europese integratie heeft ervoor gezorgd dat burgers afhankelijk zijn van de media voor de interpretatie van ontwikkelingen en het vormen van opinies, aldus Claes de Vreese (2003). Volgens een onderzoek van de Eurobarometer vertrouwen burgers, politici en beleidsmakers nieuwsmidia als de belangrijkste bron van informatie bij het 'leren' over Europa (Eurobarometer, 56, 2002). Nieuwsmidia hebben hierdoor de potentie om percepties over Europa te beïnvloeden en te veranderen, door bijvoorbeeld potentiële verliezen, gevaren of juist voordelen van verdere integratie te benadrukken (De Vreese, 2003).

2.4 Domesticatie van nieuws

Een ander concept dat genoemd moet worden in dit vergelijkende onderzoek, en dat daarbij eveneens samenhangt met het idee van *Othering*, is dat van domesticatie van nieuws. Deze theorie gaat uit van het idee dat 'buitenlandse' nieuwswaardige gebeurtenissen zodanig verteld worden dat zij herkenbaar, begrijpelijk en relevant zijn voor het nationale publiek (Alasuutari, Qadir, & Creutz, 2013). Het concept van domesticatie werd in 1991 geïntroduceerd door Gurevitch et al. in hun Europese studie over internationaal nieuws (Clausen, 2004). In deze studie definiëren zij het concept als volgt:

Media maintain both global and culturally specific orientations – such as by casting far-away events in frameworks that render these events comprehensible, appealing and relevant to domestic audiences; and second, by constructing the meanings of these events in ways that are compatible with the culture and the dominant ideology of societies they serve (Gurevitch et al., 1991, p.206).

Ook Alasuutari, Qadir en Creutz (2013) stellen dat buitenlands nieuws betekenisvol wordt gemaakt voor het nationale publiek vanuit het standpunt van de eigen nationale politiek.

Gurevitch et al. (1991) koppelt domesticatie aan nieuwswaarden door te stellen dat, om als

‘newsworthy’ te worden gezien, een bepaalde gebeurtenis in een narratief framework moet worden geplaatst dat al bekend is bij en herkenbaar is voor het publiek (p.207). Deirdre O’Neill and Tony Harcup (2017) dragen daarbij *proximity* aan als belangrijke nieuwswaarde, waarbij ze een connectie maken tussen dit concept en de identificatie met het nieuws door het publiek. Pamela Shoemaker et al. (2007) definiëren *proximity* als “the geographic distance between an event and a media organization’s newsroom and/or it’s audiences” (p.231). Zij benoemen daarbij dat het belangrijk is om een onderscheid te maken tussen de twee verschillende dimensies van *proximity*: *geographic distance* en *localization*. De eerste categorie gaat, zoals de naam al aangeeft, over de fysieke, geografische afstand tussen de ‘nieuwsredactie/organisatie’ en de locatie waar het nieuws plaatsvindt (Shoemaker, Lee, Han & Cohen, 2007). Wanneer we naar dit onderzoek kijken zien we dus dat Nederland, als buurland, een grotere ‘nabijheid’ heeft met Duitsland dan Groot-Brittannië, dat geen deel uitmaakt van het continent.

De tweede categorie, *localization*, is “the extent to which an event has meaning for the community in which a news organization exists” (Shoemaker, Lee, Han & Cohen, 2007, p.233; vgl. Johnson, 1997). Hoewel het verschil tussen de landen hier minder groot is, kan verwacht worden dat ook *localization* een grotere rol speelt in het Nederlandse nieuws dan in het Britse. De Nederlandse (politieke en economische) afhankelijkheid van Duitsland is groter dan bij de Britten, die zoals eerder meer uitgaan van een *splendid isolation* en minder gebonden zijn aan de Europese Unie, vooral na het Brexit-referendum.

2.5 Internationaal nieuws

Naast de domesticatie van nieuws, waarbij de nieuwsberichten worden aangepast aan het eigen ‘nationale’ publiek onder invloed van onder andere ‘nabijheid’, hangt internationale berichtgeving ook sterk samen met de wijze waarop het publiek zichzelf beschouwt. Media-representatie speelt hiermee niet alleen een belangrijke rol in hoe we de wereld bekijken, maar heeft ook invloed op hoe we onszelf zien en onze eigen en nationale identiteit vormgeven. In dit onderzoek – waarin een vergelijking wordt gemaakt tussen twee verschillende landen – is de rol die media in een mogelijke nationale beeldvorming spelen belangrijk. Shani Orgad (2012) noemt dit de “symbolic construction and reinforcement of national identity”. Hij verwijst hiermee naar Benedict Anderson (1983) en zijn idee van ‘imagined communities’. Anderson ziet naties als ‘ingebeelde’ ofwel geconstrueerde politieke gemeenschappen: ‘ingebeeld’ omdat zelfs de inwoners van de kleinste landen nooit de meerderheid van hun landgenoten zullen kennen, hun zullen ontmoeten of zelf maar van hen zullen horen. Toch leeft volgens Anderson (1983) bij iedereen het mentale beeld van de gemeenschap waar men zich toe voelt behoren.

Orgad stelt daartegenover echter dat het in dit tijdperk van globalisering belangrijk is te beseffen dat het nationale niet langer de enige context is waarbinnen representaties worden geproduceerd. Hij stelt dat het belangrijk is om in een media-analyse te kijken naar de complexe aard en de consequenties van interacties en communicatie in de context van globalisering (Orgad, 2012). Ook binnen dit specifieke onderzoek is dit een belangrijke factor: het is belangrijk de internationale betrekkingen tussen de verschillende landen (en hun relatie tot Europa) in acht te nemen, naast de eigen nationale beeldvorming (Orgad, 2012).

2.6 Nieuwswaarden

In dit onderzoek wordt er feitelijk gekeken naar internationale berichtgeving, aangezien voor zowel Nederland als Groot-Brittannië de Duitse verkiezingen als internationaal nieuws gelden. Het is in deze opzet dus tevens belangrijk om te kijken naar nieuwswaarden van internationaal nieuws. Duitsland, Europa en de vluchtelingencrisis hebben allen om eigen redenen hoge nieuwswaarden voor zowel Groot-Britannië als Nederland. Dit gegeven geeft ook Angela Merkel dus een hoge nieuwswaarde, waardoor zij prominent in het internationale nieuws van beide landen verschijnt.

Het beeld van de wereld en daarmee van verschillende landen wordt niet evenredig benoemd in het nieuws: er is een ongelijke representatie waarbij sommige zaken en gebieden nauwelijks aandacht krijgen terwijl over andere gebeurtenissen herhaaldelijk wordt bericht (Wu, 2000). Veel wetenschappers die onderzoek doen naar internationale communicatie vragen zich dan ook af wat hieraan ten grondslag ligt. Waarom krijgen sommige landen meer aandacht dan andere? Of zoals Wu (2000) verwoordt: “Is there any systematic force that governs international news coverage in the world’s press at large?” (p.110).

Dergelijke vragen worden in de wetenschappelijke literatuur vaak uitgelegd en beantwoord aan de hand van de *gatekeeping* theorie (zoals eerder behandeld). Deze *gatekeepers* selecteren informatie die vaak gebaseerd is op onverwachtheid, nabijheid, conflict, tegenstrijdigheid of nieuws dat op welke manier dan ook afwijkend is van ‘het normale’ (Wu, 2000). Deze factoren worden ook wel nieuwswaarden genoemd. Nieuwswaarden kunnen worden gezien als “criteria that determine which events are worthy of becoming news and which are not” (Westerstal & Johansson, 1994, p.72). Galtung en Ruge onderscheidden meer dan vijftig jaar geleden al verschillende elementen die de mate en vorm van belichting van gebeurtenissen in buitenlands nieuws bepalen. In een revisie op dit onderzoek schetsen Harcup en O’Neill (2001) de volgende tien nieuwswaarden: “the power elite, celebrity, entertainment, surprise, bad news, good news, magnitude, relevance, follow-up, newspaper agenda”

(p.279). Een kleine tien (2009), en later nogmaals vijftien jaar later (2016) deden ze dit opnieuw, waarbij ze de nieuwswaarden verder aanscherpten. Met name de laatste revisie focust zich vooral op de digitalisering van het medialandschap en de opkomst van sociale media (Harcup & O'Neill, 2016).

Nieuws in zijn algemeenheid over-representeert gebeurtenissen die dicht bij huis plaatsvinden of 'verstorend' zijn, of nieuws met betrekking tot bekende of machtige personen (Wu, 2000). In het geval van de Duitse verkiezingen zien we dat deze laatste drie factoren een duidelijke rol spelen. Merkel is in deze situatie een welbekend en machtig figuur, terwijl verkiezingen in zichzelf in feite al een disruptie in zich dragen door het feit dat er een nieuwe regering wordt gekozen. Ook nabijheid, of proximity, speelt hierin een belangrijke rol, zowel symbolisch als geografisch. Deze nabijheid is dan ook verschillend voor Nederland en Groot-Brittannië, zoals ook is behandeld in paragraaf 2.4.

Daarbij moet ook aandacht besteed worden aan het bredere globale systeem waarin de (internationale) berichtgeving plaatsvindt. Zoals ook Hopkins en Wallerstein (1996) stellen wordt deze berichtgeving beïnvloed door de wereldpolitiek, -economie en -cultuur. Ze noemen daarbij dat internationale nieuwsoverdracht op veel manieren nog steeds oude imperiale systemen representeren en vaak ontstaan zijn vanuit de historische context van een land of gebied. Het denken in een bepaalde 'volksaard' kan gevaarlijk zijn en moet waar mogelijk zeker vermeden worden. Er kan echter binnen de vergelijking tussen Nederland en Groot-Brittannië wel gesproken van een (historisch bepaalde) nationale identiteit. Deze nationale context zal uitgebreider aan bod komen in de hieropvolgende paragraaf.

Samenvattend kan dus worden gesteld dat de wereld waar we over horen en lezen in het nieuws een product van nieuwswaarden en het globale systeem van nieuwsverzameling en distributie is, waarbij ook de nationale context en identiteit een rol speelt (Wu, 2000).

2.7 Personalisering in politieke berichtgeving

De term 'personalisering', vooral in de zin van politieke communicatie en de media, wordt gebruikt voor de verschuiving in focus in berichtgeving van de partij naar de persoon. Dit kan als resultaat worden gezien van twee met elkaar verbonden factoren, namelijk de verzwakking tussen de sterke traditionele banden tussen partijen en stemmers in combinatie met het veranderende mediaklimaat (Van Aelst, Shafer & Stanyer, 2011). Personalisering wordt vaak gezien als een negatieve ontwikkeling, omdat dit proces er volgens velen voor zou zorgen dat de aandacht wordt afgeleid van het beleid en de programma's van politieke partijen. De blik zou in plaats daarvan de afgelopen decennia steeds meer gericht worden op de kwaliteiten en persoonlijke eigenschappen van politici (Van Santen & Van Zoonen,

2009).

Een duidelijke definitie van personalisering ontbreekt vaak, omdat er weinig consensus is onder wetenschappers over wat het concept precies inhoudt. In veel literatuur over het onderwerp wordt de definiëring van Ana Inés Langer (2007) aangehouden. Langer deelt de term op in drie verschillende dimensies, te beginnen met institutionele personalisering, ook wel presidentialisme genoemd. Langer omschrijft dit als een “shift in the distribution of power towards leaders and an associated increase in leaders’ overall mediated visibility” (Langer, 2007, p.373).

Een tweede dimensie die Langer onderscheidt is: “leadership focus, i.e. increased emphasis on leaders’ personality traits and skills directly related to their competence for governing” (Langer, 2007, p.373), met andere woorden een grotere aandacht voor de professionele kwaliteiten van politici. Als laatste dimensie noemt Langer de focus op de persoonlijke kwaliteiten en op het privéleven van politici. Ze noemt dit een “increased emphasis on traits originating in the private sphere that contribute to portraying leaders not as a representative of an ideology, a party, or as statesmen, but as ‘human beings’” (Langer, 2007, p.373). Deze laatste vorm wordt ook wel privatisering genoemd en is de dimensie die het vaakst wordt geassocieerd met, zoals Ruigrok, Jacobi en Schaper (2013) het noemen, ‘Amerikaanse toestanden’.

Rosa van Santen en Liesbet van Zoonen (2009) houden in hun onderzoek grotendeels dezelfde vormen als Langer aan, maar onderscheiden uiteindelijk zeven dimensies: “1. Focus op politieke leiders, 2. Individuele politieke competentie, 3. Privatisering, 4. Persoonlijke narratieven, 5. Partijleider als belichaming van de partij, 6. Institutionele personalisering en 7. Gedragpersonalisering” (p.168).

Ook in de berichtgeving over Merkel is er een sterke mate van personalisering te ontdekken. Als boegbeeld van de CDU en als sleutelfiguur binnen de Europese Unie wordt er veel aandacht gericht op haar als persoon. Niet alleen haar leiderschapskwaliteiten komen hierbij aan bod, ook uitspraken over persoonlijke kenmerken of over haar kleding en uiterlijk zijn niet zeldzaam (Ribberink, 2009). Anneke Ribberink (2009) legt binnen deze personalisering tevens een verband met gender. Zij stelt dat vooral vrouwelijke politici vaak beoordeeld worden op hun privéleven en uiterlijk. Ook Mya Marx Ferree (2006) noemt dat er bij vrouwelijke politici vaak wordt gekeken naar andere, meer persoonlijke zaken dan bij mannelijke politici. Zij wijdt dit aan het idee dat de politieke activiteit van een vrouw de conventionele scheiding tussen *public* en *private* uitdaagt. Vrouwen behoren volgens de traditionele genderrollen tot het huishoudelijke privé domein, en een politieke carrière verstoort dit beeld. De focus blijft in de berichtgeving echter nog wel vaak op dit domein liggen.

2.8 Nationale context

In deze paragraaf komen de verschillende nationale contexten aan de orde tegen de achtergrond waarvan beeldvorming van beide landen plaatsvindt. Er zal hierbij gekeken worden naar de houding van beide landen tegenover Duitsland en de Duitse politiek, alsmede de houding tegenover Europa.

2.8.1 Nederland

Hoewel het Nederlandse beeld van Duitsland en de Duitse politiek nu positief is, is dit niet altijd zo geweest. Volgens Hanco Jürgens, historicus en medewerker van het Duitsland Instituut, lag dit vooral aan het feit dat Duitsland werd gezien als tegenbeeld van het Nederlandse zelfbeeld (Duitsland Instituut, 2016). Deze sterke 'other'-gedachte die we hier zien speelde vooral een rol in de jaren zeventig, tachtig en negentig. Nederland zag zichzelf als vrijzinnig land, dat in binnen- en buitenland een beeld van menslievendheid opriep, van een luchtig land, met oog voor de hulpbehoevenden in de samenleving (Duitsland Instituut, 2016). Duitsland werd daarentegen veelal gezien als humorloos land, een land van orde en gezag.

In de jaren negentig vond er een kentering plaats van dit beeld: Duitsland veranderde van tegenbeeld in een evenbeeld. Jürgens (2013) stelt dat Duitsland een toonbeeld van rust en stabiliteit is tegenover de politieke onrust in Den Haag en dat het land duidelijke vergelijkingen biedt op allerlei gebieden, zoals maatschappelijke en sociale verhoudingen en economische conjunctuur. Daarbij benoemt hij dat in Nederland het besef ontwikkelde van een nieuwe plaats van ons land in Europa, waarbij ook een nieuwe vorm van zelfkritiek kwam kijken. Deze zelfkritiek slaat volgens hem niet alleen op een genuanceerder beeld van de Nederlanders in oorlogstijd, maar ook over de multiculturele samenleving, de bankencrisis en het EU-beleid (Jürgens, 2013).

De Nederlandse houding tegenover het Duitse buurland kan dus als positief worden beschouwd, maar ook als we kijken naar de Nederlandse attitude tegenover de Europese Unie zien we dat deze positief is. Nederland is pro-Europees, zowel wat betreft algemene support als de steun voor belangrijke EU-beleids punten (De Vreese, 2003). Wanneer we naar onderzoek van de Eurobarometer kijken zien we dat Nederland met 42% 'total positive' en 21% 'total negative' tot de landen behoort met de hoogste algehele waardering voor de EU (Eurobarometer 83, 2015, p.9).

2.8.2 Groot-Brittannië

Een groot deel van de Britse bevolking is al langere tijd niet tevreden over de rol die de Europese Unie speelt in hun binnenlandse politiek. Alle Europese wetgeving, de financiële gevolgen na de eurocrisis en het vrije verkeer van werknemers: de Britten waren er verre van gelukkig mee. In geen enkel land in Europa was de verbittering over de zogenaamde 'Poolse loodgieter' – die symbool staat voor de grote toestroom aan Oost-Europese migranten – zo groot als in Groot-Brittannië. Toen de Oost-Europese landen lid werden van de Europese Unie trokken veel van deze jongeren erop uit om hun geluk te beproeven. Groot-Brittannië was bij velen favoriet: er was veel werk en de jongeren spraken vaak de taal al. Het aantal Polen in Groot-Brittannië groeide in 10 jaar van 58.000 in 2001 naar 676.000 in 2011. Toen het Brexit-referendum in 2016 gehouden werd werkten en woonden er 850.000 Polen in het Verenigd Koninkrijk (De Waard, 2017, p.50).

Mede door deze reden zat 'Europa' de Britten erg hoog: de afkeer tegen het continent groeide. Deze aversie heeft volgens voormalig Duitslandcorrespondent Michèle de Waard (2017) altijd bestaan, "het heeft nu eenmaal met het karakter van de inwoners van het Verenigd Koninkrijk te maken: eilandbewoners. Britten waren onafhankelijk, openhartig, gepassioneerde voorvechters van hun soevereiniteit. Geografie was bepalend voor de psychologie." (p.51). Ook onderzoek van de Eurobarometer (2015) wijst uit dat, op Cyprus en Oostenrijk na, geen enkel land zo negatief is over de Europese Unie als Groot-Brittannië. Ook bij het aantal inwoners dat de EU als 'total positive' bestempelt staan de Britten sterk onderaan, op de 4e plek van onder met 32% (na Oostenrijk, Griekenland en (wederom) onderaan Cyprus (Eurobarometer 83, 2015, p.9).

Als we kijken naar waar de Europese burgers zich in 2015 het meeste zorgen over maken, zien we dat de top 4 er als volgt uitziet: "1. Immigration 38%, (sterk gegroeid ten opzichte van 24% in 2014: vluchtelingen crisis), 2. Economic situation 27%, 3. Unemployment 24%, The state of the member state's public finances 23%." (p.14). Ook de Britten houden deze volgorde aan (p.16). Daarbij betoogt ook De Vreese (2003) dat de publieke opinie in Groot-Brittannië sterk verdeeld is en dat het land tot een van de meest eurosceptische leden van de EU behoort, zowel in algemene termen als met betrekking tot specifiek EU-beleid, zoals de euro de uitbreiding (p.6).

Hoewel de relatie tussen de Britse pers en Duitsland niet altijd goed is geweest – de Britten staken regelmatig de draak met de 'lelijke Duitser' op het continent – lijken banden aan het begin van de eenentwintigste eeuw duidelijk verbeterd te zijn (De Waard, 2017). Het Rijnlandse economische model werd door de Britten sterk geprezen: de Duitsers leken de economische crisis van 2008 zonder al te grote kleerscheuren of internationaal gezichtsverlies te zijn doorgekomen (De Waard, 2017).

Spanningen tussen de Britten en de Duitsers lijken de laatste jaren vooral in de Europa-politiek naar boven te komen. Hoewel Merkel hard heeft geprobeerd Groot-Brittannië binnen Europa te houden, stemden de Britten anders bij het Brexit-referendum.

2.9 Conclusie

In dit theoretisch kader zijn verschillende concepten en theorieën uiteengezet, waaronder theorieën rondom Angela Merkels persoon zelf en het bijbehorende concept gender. Hieruit is gebleken dat gender en de aangenomen genderrollen in theorie een zeer grote rol spelen in maatschappij en politiek. De vraag is echter of dit gegeven ook uit de inhoudsanalyse naar voren zal komen, of dat Merkel zo'n stevige politieke positie heeft weten te veroveren in de afgelopen jaren dat haar feminine gender geen (belangrijke) rol speelt in de berichtgeving over haar persoon.

Daarnaast zijn ook de concepten (media)beeldvorming en framing aan bod gekomen, waarbij ook de concepten *Othering* en domesticatie van nieuws zijn behandeld. Er is tevens aandacht besteed aan de specifieke beeldvorming in de media rondom asielzoekers en de Europese Unie, twee onderwerpen die als speerpunten worden beschouwd van de politiek die Merkel in haar afgelopen regeringstermijn heeft gevoerd. Deze twee kernpunten zullen naar verwachtingen vaak samen worden genoemd met Merkel en haar beleid in de teksten, maar ook dit zal uit de inhoudsanalyse moeten blijken.

Tot slot is binnen dit theoretisch kader de nationale context van Nederland en Groot-Brittannië geschetst. Hierbij zijn zowel de houdingen van beide landen tegenover Duitsland en de Duitse politiek, alsmede de houding tegenover Europa behandeld. Deze contextualisering van beide landen, waartussen in dit onderzoek dus een vergelijking zal worden gemaakt, is nodig om de nationale berichtgeving beter te kunnen begrijpen.

In het volgende hoofdstuk zal de onderzoeksmethode uiteen worden gezet, waarbij wordt geëindigd met een paragraaf waarbinnen de hoofdconcepten uit dit kader geoperationaliseerd worden. Deze sensitizing concepts luiden als volgt: gender, *Othering*, (Merkels rol in) de vluchtelingencrisis, (Merkels rol in) Europa. Daarbij zal in de data-analyse worden gelet op het gebruik van metaforische uitspraken en benamingen.

Hoofdstuk 3. Methode

3.1 Kwalitatieve methode

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een kwalitatieve inhoudsanalyse om zo te kunnen analyseren op wat voor manier Angela Merkel wordt gerepresenteerd in Britse en Nederlandse kranten. Een kwalitatieve inhoudsanalyse is een methode waarmee op een systematische manier betekenissen ‘naar boven gehaald’ kunnen worden, uit zowel tekstuele, visuele als digitale content (Mayring, 2000; Schreier, 2012, in Schreier, 2013, p.2).

Het doel van kwalitatief onderzoek, zoals omschreven door Hennie Boeije (2010), is het begrijpen van sociale verschijnselen in teksten met betrekking tot de betekenis die mensen eraan geven (p.11). De onderzoeksvragen worden bestudeerd aan de hand van flexibele methoden die rijke, kwalitatieve data produceren. Deze data moet worden geïnterpreteerd via het ‘ontdekken’ en coderen van thema’s en categorieën, die vervolgens leiden tot meer theoretische kennis (en maatschappelijk en praktische relevantie) (Boeije, 2010).

3.1.1 Data: kwaliteitskranten versus populaire kranten

Zowel in het maatschappelijk debat als in de wetenschappelijke literatuur wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen kwaliteitskranten en populaire kranten (Bakker & Scholten, 2013). Populaire kranten zouden zich hierbij vooral richten op ‘soft’ nieuws met sensationele aspecten om een zo groot mogelijk publiek aan te spreken. Kwaliteitskranten richten zich daarentegen meer op serieus nieuws en worden vaak gezien als dragers van een bepaalde publieke verantwoordelijkheid om burgers te informeren (Schaap & Pleijter, 2012).

In dit onderzoek zijn dagbladartikelen mijn onderzoekseenheden en vergelijk ik de artikelen uit verschillende dagbladen: kranten die meer populair van aard zijn tegenover kwaliteitskranten. Een andere verdeling die hier sterk mee samenhangt is die tussen *hard news* en *soft news*. De laatste kan gerelateerd worden aan de meer populaire nieuwsmedia en wordt omschreven als nieuws dat over het algemeen meer gericht is op personen, minder aan tijdgebonden en praktischer is en meer gebaseerd is op incidenten dan ander nieuws (Reinemann et al., 2011). Daartegenover staat *hard news*, dat meer gericht is op informatie die belangrijk is voor het vermogen van burgers om de wereld van publieke aangelegenheden te begrijpen en erop te kunnen reageren (Reinemann et al., 2011). De aanname is hierbij dat hard nieuws vooral terug te vinden is in kwaliteitskranten en zacht nieuws vooral in populaire

kranten (Reinemann et al., 2011).

Uit een onderzoek van Scholten en Ruigrok in samenwerking met het Persinstituut blijkt dat van de vijf grote Nederlandse kranten – *NRC*, *de Volkskrant*, *Trouw*, *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf* – (die tevens in dit onderzoek worden gebruikt) veruit het meeste aandacht wordt besteed aan politieke kwesties en internationaal nieuws (vooral politiek) door de drie eerstgenoemde kwaliteitskranten. *Algemeen Dagblad* en *De Telegraaf* (gezien als meer populaire kranten) volgen op een afstand wat betreft mate van aandacht voor politiek nieuws.

Daarbij wordt vaak verondersteld dat de populaire pers meer sympathie toont voor anti-establishment, anti-elitaire, populistische en op het politieke spectrum rechtse zaken dan de kwaliteitspers (Akkerman, 2011). Binnen deze specifieke analyse zou dat betekenen dat de populaire kranten vijandiger zullen staan tegenover zaken als immigratie, vluchtelingen en Europese eenwording. Akkerman (2011) concludeert in haar onderzoek naar Britse en Nederlandse pers echter dat er geen bewijs is voor dergelijke aannames. In dit onderzoek is bekeken in hoeverre het onderscheid tussen kwaliteits- en populaire kranten een rol speelt in de berichtgeving over Merkel.

3.2 Dataverzameling

Er is in dit onderzoek zoals gezegd een vergelijking gemaakt tussen de Britse en de Nederlandse pers, en tevens zal er worden gekeken naar de verschillen tussen kwaliteitskranten en meer populaire kranten in de manier waarop de beeldvorming rondom Merkel wordt weergegeven. De Britse kwaliteitskranten die zijn opgenomen in deze sample zijn *The Guardian*, *The Independent* en *The Times*. Als Britse populaire krant zijn *The Sun*, en de *Daily Mail* geanalyseerd. De Nederlandse kwaliteitskranten die zijn opgenomen in deze sample zijn het *NRC*, *de Volkskrant* en *Trouw*. De populaire Nederlandse kranten die in dit onderzoek zijn gebruikt zijn *De Telegraaf* en het *Algemeen Dagblad* (Bakker & Scholten, 2013).

De krantenartikelen in de sample zijn onwillekeurig gekozen uit de grotere dataset van artikelen in de bestudeerde tijdsperiode waarin (beeldvorming over) Angela Merkel aan bod komt. Deze tijdsperiode betreft de maand voor de verkiezingen in Duitsland, en de week erna. Deze verkiezingen vonden plaats op 24 september 2017, dus de artikelen in de sample komen allemaal uit de periode van 3 september tot 1 oktober 2017. De artikelen zijn verkregen via de databases *LexisNexis* en *AmCAT* (Amsterdam Content Analysis Toolkit, a “system was developed for storing, analysing, and querying newspaper articles and other media messages” (Van Atteveldt, 2008, p.177)).

Uit alle artikelen in de bovengenoemde kranten uit de onderzoeksperiode is gezocht op artikelen die specifiek over Angela Merkel gaan. Er is in dit onderzoek dus gebruik gemaakt van een

doelgerichte steekproeftrekking, ook wel *purposive sampling* genoemd (Boeije, 2014). Dit houdt in dat er uit de populatie op een doelgerichte manier onderzoekseenheden worden geselecteerd die bepaalde eigenschappen of kenmerken vertegenwoordigen, zodat de probleemstelling op een correcte manier bestudeerd kan worden (Coyne, 1997). Coyne geeft aan dat deze vorm van sampling vaak uit praktische noodzaak wordt verricht. Het draait er bij deze sampling methode vooral om informatierijke data te selecteren geschikt voor “in-depth study” (Coyne, 1997, p.624). Volgens Patton (1990) gaat het om informatierijke data: “Information-rich cases are those from which one can learn a great deal about issues of central importance to the purpose of the research, thus the term purposeful sampling” (p. 169).

Voor de dataverzamelingen is binnen de tien geselecteerde kranten, en binnen de tijdsperiode 3 september 2017 tot en met 1 oktober 2017, gezocht met de zoekterm “Merkel”. Uit deze zoekresultaten is vervolgens via purposive sampling een selectie gemaakt. Er is hierbij allereerst gekeken naar de lengte van de artikelen: alleen artikelen van meer dan 300 woorden komen in aanmerking. In de praktijk zijn er echter vooral artikelen geselecteerd die tussen de en 700 en 2000 woorden liggen. De reden hiervoor is dat de naam “Merkel” per artikel minimaal vier keer genoemd moet worden. Dit aantal is ingesteld om zinnige uitspraken te kunnen doen over de beeldvorming van Angela Merkel en op die manier de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. Verder is er binnen de groep van artikelen die voldoen aan deze criteria gekeken naar de titel en de inhoud van de stukken: de artikelen moeten zo veel mogelijk slaan op Merkel zelf, haar persoon, en niet zozeer over de uitslag van de verkiezingen of de coalitievorming zoals ook in veel nieuwsartikelen het geval is.

Na deze selectieprocedure zijn er van elke te onderzoeken kranten (*NRC, de Volkskrant, Trouw, Algemeen Dagblad, De Telegraaf en The Guardian, The Independent, The Times, The Sun en The Daily Mail*) zes artikelen gekozen, die vervolgens gecodeerd zijn. Alleen de relevante passages van deze artikelen zijn meegenomen in het codeerproces. Dit houdt in dat alleen de alinea’s die iets zeggen over Merkel en de beeldvorming rondom haar persoon. Andere passages zijn als niet relevant beschouwd voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

3.3 Data-analyse

Om de geselecteerde data op een juiste manier te ordenen om uiteindelijk tot enkele overkoepelende thema’s te komen is deze op een kwalitatieve wijze geanalyseerd. De methode die binnen dit onderzoek aangehouden is, is zoals omschreven door Hennie Boeijen (2014). Zij stelt dat de analyse grofweg is onder te verdelen in drie elementen of fasen: open codering (zinnen of alinea’s labelen met codes); axiale codering (deze codes vervolgens ordenen of onderbrengen in grotere thema’s); het uitwerken van

deze thema's in categorieën en daaruit afleiden wat belangrijk is voor de onderzoeksvraag en tot slot het zoeken naar patronen in de analyse en het integreren van de gevonden thema's (Boeije, 2014; Van Gorp, 2007).

In de eerste fase van de data-analyse zijn alle teksten aandachtig met een 'open' houding doorgenomen, om te kunnen zien welke onderwerpen er in de ruwe data aan bod komen en of deze onderwerpen betrekking hebben op de onderzoeksvraag (Boeije, 2014). De tekst is opgedeeld in verschillende delen, die onderling met elkaar vergeleken zijn (Van Gorp, 2007). Vervolgens is deze data gecodeerd: de fragmenten uit de data worden benoemd met een samenvattend label (Boeije, 2014, p.95). In de fase van het axiale coderen is er gezocht naar patronen, door de codes in dimensies onder te brengen rond een as van centrale ideeën en opvattingen (Van Gorp, 2007, p.16). Er dient in deze fase een steeds grotere afstand te worden genomen van de primaire data om tot een zeker niveau van abstractie te komen (Van Gorp, 2007).

Tijdens het codeerproces is het maken van een continue vergelijking tussen de data belangrijk. Door de data en de concepten die hieruit komen steeds met elkaar te vergelijken zijn er abstracte thema's of concepten te construeren die dicht bij de data staan. Kathleen M. Eisenhardt (1989) geeft aan dat het belangrijk is dat er een dergelijke 'dichtheid' tussen theorie en data bestaat: "because it takes advantage of the new insights possible from the data and yields an empirically valid theory" (Eisenhardt, p.541). Tijdens dit proces van constante vergelijking zijn er steeds duidelijkere, beter gedefinieerde constructen ontstaan die uiteindelijk hebben geleid tot de hoofdthema's van deze analyse.

3.3.1 Sensitizing concepts & Operationalisering

Sensitizing Concepts

Hoewel het hier grotendeels om een inductieve analyse gaat, waarbij de theorie vanuit de data wordt ontwikkeld, zijn de concepten en thema's die in het theoretisch kader aan de orde komen gebruikt als *sensitizing concepts* (Bowen, 2006). Deze attenderende of richtinggevende begrippen kunnen zijn de theoretische bril waardoor de data wordt bekeken (Boeije, 2014). Belangrijk hierbij is dat de onderzoeker een theoretische sensitiviteit aan de dag legt, ofwel het vermogen om op een theoretische manier over de geselecteerde data na te kunnen denken (Boeije, 2014). Met de kennis die vanuit voorstudie van literatuur naar voren is gekomen kijkt de onderzoeker naar de data, dus op een theoretisch geladen manier (Boeije, 2014).

Strauss en Corbin omschrijven deze analysemethode, vanuit de *grounded theory*, als volgt: “a research approach or method that calls for a continual interplay between data collection and analysis to produce a theory during the research process. A grounded theory is derived inductively through the systematic collection and analysis of data pertaining to a phenomenon” (1990, p.102). Er wordt bij deze methode gebruik gemaakt van analytische inductie: het onderzoek wordt begonnen met voorafgaande veronderstellingen die vanuit de literatuur naar boven zijn gekomen en die vervolgens steeds worden getest en aangepast op basis van de data. Wat hier echter wel benadrukt moet worden is dat er in dit onderzoek specifiek is gekeken naar het ontwikkelen van frames (te vergelijken met de categorieën of thema’s die uit het codeerproces naar voren komen), in plaats van een theorie. Wel wordt van de *grounded theory* het idee van de *sensitizing concepts* aangehouden.

Virginia Braun en Victoria Clarke (2008) noemen een dergelijke methode ook wel *grounded theory lite*, en verwijzen hiermee naar de methode van thematische analyse die zich richt op het ontwikkelen van thema’s. Zij betogen: “a thematic analysis means researchers need not subscribe to the implicit theoretical commitments of grounded theory if they do not wish to produce a fully worked-up grounded-theory analysis” (2008, p.81). Deze benadering is ook in dit specifieke onderzoek gebruikt. De *sensitizing concepts*, of richtinggevende concepten, vormen het uitgangspunt van de analyse. Deze concepten worden gebruikt als vorm van operationalisering en bestaan uit globale noties en ideeën die aan het begin van analyse nog niet compleet zijn uitgewerkt. Ze geven richting aan de analyse en bieden een manier om om te gaan met de theorie, terwijl er nog wel met een open houding naar de data wordt gekeken om meerdere thema’s of frames te ontdekken (Boeijs, 2014).

Nadat alle teksten waren gecodeerd is er gezocht naar patronen en manieren waarop de verschillende concepten en thema’s met elkaar samenhangen (Boeijs, 2014). Uit de bundels die hieruit naar boven zijn gekomen zijn de uiteindelijke frames benoemd (Van Gorp, 2017). Er is hierbij eerst afzonderlijk gekeken naar de berichtgeving in Nederland en in Groot-Brittannië. Nadat de patronen uit de artikelen zijn bepaald over de beeldvorming over Angela Merkel voor beide landen, is er uiteindelijk een vergelijking gemaakt tussen deze twee naties en gezocht naar een mogelijke verklaring voor deze overeenkomsten en verschillen in het gebruik van frames. Ook is hier gekeken naar eventuele verschillen tussen de populaire en kwaliteitskranten.

Operationalisering

Aangezien de gebruikte methode uit gaat van een open codering, waarbij wordt gezocht naar nieuwe

concepten of thema's, kan de operationalisering zoals gezegd nog niet compleet worden vastgelegd zoals dit in kwantitatief onderzoek wel kan. Hoewel dit proces dus nog flexibel is, is het wel belangrijk om naar de belangrijkste concepten te kijken en te beschrijven wat uit de tekst onder dit concept zou worden gerekend in de analyse.

Een belangrijk concept dat in de theorie genoemd wordt is *Othering*. Het draait er hierbij om dat de 'ander' – in dit geval dus Merkel, Duitsland, de Duitse politiek, Europa of 'de vluchteling' – als anders wordt neergezet dan de 'wij'-groep (het eigen land: Nederland dan wel Groot-Brittannië) (Staszak, 2008). In de te analyseren artikelen zou een dergelijke focus op woorden als "zij, ander of anders" gezien kunnen worden als *Othering*. Ook meer latente uitspraken kunnen onder dit concept vallen (Schreier, 2013). In de Britse media is er bijvoorbeeld sprake van een vaak gebruikte tegenstelling tussen 'het eiland' (Groot-Brittannië) en 'het continent' (Europa). Ook woorden en uitspraken die de verschillen tussen het eigen land en Duitsland benadrukken vallen hier onder *Othering* ("verschillend, vreemd, afwijkend", zaken die anders zijn dan de eigen nationale standaard).

Vervolgens lijkt vanuit de theorie over Angela Merkel en met name het beeld dat van haar bestaat, de berichtgeving over haar persoon uiteen te vallen in twee dimensies: haar grote rol in de vluchtelingencrisis en haar rol in de Europese Unie. Deze twee zaken hangen vooral samen met het politieke karakter van Merkel, maar gezien de hoofdvraag die kijkt naar de aanloop van de Duitse verkiezingen is dit ook het belangrijkste domein.

Haar standvastige (en inmiddels beruchte) "Wir schaffen das" optreden – dat symbool staat voor de Duitse koers binnen de Europese immigratiecrisis – is belangrijk geweest voor het beeld dat er zowel in binnen- als buitenland over haar en haar politieke koers leeft. Verwijzingen in de data naar immigratie, vluchtelingen of het Duitse openstellen van de grenzen vallen onder dit thema. Ook verwijzingen naar de eerder genoemde "Wir schaffen das"-uitspraak (een verwijzing die in een globale eerste analyse van de data meerdere keren terug kwam) behoren tot deze dimensie.

Ook de plaats van Merkel in Europa speelt zoals gezegd een belangrijke rol in de theorie en beeldvorming over Merkel. Haar leidende functie in Europa is iets waar vaak naar wordt verwezen in zowel de literatuur als de berichtgeving over haar persoon. Duitsland wordt gezien als grootste economie van Europa en heeft dus een belangrijke stem in de Europese Unie. Daarbij staat Merkel bekend als groot voorstander van de Unie en wordt zij gezien als 'pro-Europa' (Boterman, 2017). Verwijzingen naar Europa, de Europese Unie, of Merkel als voorvechter voor Europese eenheid vallen binnen deze dimensie. Ook behandeling van de 'Brexit' (en Duitse reactie hierop) wordt gerekend tot dit thema. Dit aspect is met name in de Britse media vaak aan bod gekomen.

In het theoretisch kader komen verder enkele andere aspecten aan bod die in de wetenschappelijke literatuur rondom Merkel een belangrijke rol spelen: gender, Merkels verleden in de voormalige DDR en Merkel als symbolische 'Trümmerfrau'. Naar verwachting zullen de laatste twee concepten geen grote rol spelen in de data. Onder het laatste concept, dat letterlijk te vertalen is als 'puinruimster', vallen uitspraken over Merkel die Duitsland onder haar bewind weer succesvol heeft gemaakt (bijvoorbeeld na de economische crisis van 2007), maar uit de data-analyse moet blijken of dit iets is dat behandeld wordt in de artikelen.

Bij het concept gender draait het vooral om de (traditionele) genderrollen die worden toegewezen aan vrouwen, en de vraag of Merkel binnen deze rol past of hiervan afwijkt. Wanneer het masculiene tegenover de feminiene gender wordt gezet, zien we dat er van oudsher enkele veronderstelde tegenstellingen zijn: rationeel tegenover intuïtief, hard tegenover zacht, sociaal tegenover natuurlijk, intellect tegenover gevoel, repressie tegenover expressie, autonomie tegenover afhankelijkheid en publiekelijk tegenover privé (Oakley, 1998, p.709). Merkel lijkt met haar machtige politieke carrière af te wijken van de standaard gendernormen. Uitspraken in de data over haar vrouwelijkheid, waarbij het feit dat zij een vrouw is expliciet wordt genoemd, vallen onder dit concept. Ook andere verwijzingen naar gender (zoals de veronderstelde tegenstellingen als genoemd door Oakley (1998)) zullen worden gerekend tot deze dimensie. Tot slot vallen ook alle metaforen en zogenoemde 'koosnamen' voor Merkel die te maken hebben met gender – en die volgens de theorie veel worden gebruikt in de berichtgeving over haar – onder dit concept. Enkele voorbeelden hiervan zijn: 'Kohl's Girl', 'Joan of Arc', 'Madam Non' en 'Alice in Wonderland' (Mushaben, 2017, p.23-24).

3.4 Betrouwbaarheid en validiteit

De kern van goed onderzoek, zowel kwantitatief als kwalitatief, is objectiviteit. Maso en Smaling (1998) leggen dit uit als het recht doen aan het object dat wordt onderzocht. Manieren om objectiviteit te waarborgen zijn middels betrouwbaarheid en validiteit (Boeije, 2014).

Bij betrouwbaarheid draait het vooral om de precisie van de methoden van dataverzameling of van de meetinstrumenten. Het doel hiervan is dat herhaling van het onderzoek zal leiden tot de zelfde uitkomsten, mits hetgeen dat wordt gemeten onveranderd is gebleven (Boeije, 2014). Babbie (2013) definieert betrouwbaarheid als volgt: "that quality of measurement methods that suggests that the same data would have been collected each time in repeated observations of the same phenomenon" (p.157). Het draait hier dus om de reproduceerbaarheid van een onderzoek, waarbij de waarnemingen

zo min mogelijk worden beïnvloed door niet-systematische fouten of toevalligheden.

Validiteit binnen een onderzoek draait vooral om vraag of er gemeten wordt wat de onderzoeker beoogt te meten. Het gaat er hierbij om dat wat we waarnemen op een correcte manier wordt benoemd. Het draait bij validiteit vooral om de interpretatie van de waarnemingen (Boeije, 2014).

Bij het gebruik van kwalitatieve methode zijn er vaak problemen met het behalen van een hoge betrouwbaarheid en validiteit. Een van de redenen hiervan is dat dergelijke onderzoeken vaak flexibele methode van dataverzamelingen gebruiken. In kwalitatief onderzoek wordt er vaak gekozen voor deze meer flexibele methoden om rijkere data te vinden om te kunnen onderzoeken, wat in principe zorgt voor een hogere validiteit (meet wat je wilt meten), maar een lagere betrouwbaarheid (herhaling van metingen is lastig). Een tweede probleem is objectiviteit: de onderzoeker maakt in feite bijna deel uit van zijn of haar onderzoek. Dit vormt een bedreiging voor de validiteit, omdat het de kritische en theoretische blik kan verstoren.

Er zijn verschillende procedures die gehanteerd kunnen worden om de problemen met kwaliteit en validiteit tegen te gaan is. Methodische verantwoording is een van deze manieren. Boeije (2014) legt dit begrip als volgt uit: “methodische verantwoording betekent dat de onderzoekers goed opschrijven wat zij hebben gedaan en welke keuzen ze hebben gemaakt” (p.154). In deze studie wordt er dan ook gedurende het gehele onderzoeksproces gebruik gemaakt van deze verantwoording. Zo wordt er duidelijk uitgelegd hoe de sampling in zijn werk is gegaan, met welke zoektermen is gezocht en welke stappen er verder zijn ondernomen in het selectieproces. Ook het codeerproces wordt nauwkeurig bijgehouden om verslag van te kunnen doen: de stappen van het open coderen, naar het axiale coderen tot uiteindelijk het selectieve coderen worden bijgehouden en uiteindelijk samengevat in een zogenaamde “codeboom” (Boeije, 2014, p.127). Op deze manier is herhaling van het onderzoek mogelijk.

Hoofdstuk 4. Resultaten & Discussie

4.1. “Op de persoon spelen”

Personalisering binnen politieke berichtgeving is een onderwerp dat de laatste jaren veel terrein heeft gewonnen. Er wordt gesuggereerd dat deze ‘focus op de persoon’ sterk is toegenomen in de afgelopen decennia, en ook in deze geanalyseerde dagbladen binnen dit onderzoek valt de hoge mate van personalisering op (Van Santen & Van Zoonen, 2009).

In een groot deel van de artikelen wordt duidelijk op de persoon gespeeld, zowel op een negatieve als op een positieve manier. Zo wordt bijvoorbeeld Merkels nuchterheid geprezen:

Ze laat zo de Duitsers steeds weer op een geloofwaardige manier zien dat het kanselierschap haar niet naar de bol is gestegen. Boodschappen doet ze ook vaak zelf. Daarover zei ze in een interview: 'Ik let erop dat ik alle levensfuncties nog beheers'.

(*de Volkskrant*, 23 september 2017).

Vanuit een negatievere insteek komt echter ook haar afwachtende karakter aan bod: “It is a remarkable record for a politician whose answer to almost every political crisis is to do absolutely nothing” (*The Sun*, 4 september 2017). Binnen deze verwijzingen naar ‘het persoonlijke’ kunnen verschillende dimensies van het concept personalisering worden onderscheiden. Zo wordt er geschreven over de politieke kwaliteiten van Merkel, maar ook haar persoonskenmerken en zaken rondom haar privéleven en verleden komen aan bod. Hieronder zullen de belangrijkste subthema’s binnen deze categorie worden behandeld.

We zien dat de persoon Merkel, meer dan de partij of de politieke stroming die zij uitdraagt, steeds belangrijker is geworden. Wanneer we de definitie van personalisering bekijken vanuit de theorie en wetenschappelijke literatuur, wordt duidelijk dat dit in feite exact is wat het concept inhoudt. Er lijkt soms een ware cultus rond de Duitse politicus te zijn ontstaan, ondersteund door bijnamen, metaforen, iconografie en werkwoorden die zijn afgeleid van de naam Merkel (Van Zoonen, 2006). Van Zoonen (2006) beschreef na de eerste verkiezing van Merkel als bondskanselier al hoe de media Merkels priveleven (waar zij doorgaans erg stil over was) op de voet volgden, en dit lijkt in de afgelopen twaalf jaar niet minder te zijn geworden.

4.1.1. De persoon Merkel; terughoudend en standvastig

Uit de open en axiale codering zijn verschillende codes naar boven gekomen die verband houden met 'het persoonlijke' binnen de beeldvorming over Angela Merkel (zie Appendix 2 & 3). Maar wie is de persoon die uit al deze codes naar boven rijst? Hoewel ik in dit onderzoek niet wil of kan kwantificeren, komen de volgende twee eigenschappen erg vaak en duidelijk naar voren in de geanalyseerde artikelen: terughoudendheid (conservatisme) en standvastigheid (doorzettingsvermogen of volharding). Deze twee eigenschappen slaan hier zowel op Merkels persoonlijkheid als op haar politieke kwaliteiten.

Terughoudendheid

Merkel wordt in de artikelen veelal geschetst als een vrouw op de achtergrond, die voorzichtig en conservatief is in zowel haar privéleven als haar politieke carrière. Enkele codes die bij dit subthema horen zijn "afwachtend", "behoedzaam", "genuanceerd", "zakelijk", "conservatief", "weinig vernieuwend", "voorzichtig", "geen risico nemend", "traag", "voorspelbaar" en "veilige middenweg". Ze bevindt zich in het politieke midden, en wordt geschetst als een allesbehalve opvliegend en impulsief persoon: "In Duitsland heet het 'merkelen': lange tijd geen knopen doorhakken op ingewikkelde politieke dossiers, zich vooral niet vastleggen, pas handelen als de nood aan de man is. Merkels trage en voorzichtige manier van politiek bedrijven is haar handelsmerk" (*de Volkskrant*, 23 september 2017). Hier zien we tevens het idee van de persoonlijkheidscultus die rondom Merkel is ontstaan terugkomen, met het werkwoord "merkelen" – dat verwijst naar haar trage en voorzichtige (politieke) stijl – als gevolg.

Wanneer over haar privéleven wordt geschreven wordt dit conservatisme ook vaak gekoppeld aan "saaïheid", een andere benaming die vaak is ontdekt in de artikelen. Er worden hier bijvoorbeeld verwijzingen gemaakt naar haar kleding of de vakanties die zij neemt met haar man: "Eenvoud heeft Merkel altijd al uitgestraald. Ze draagt steevast dezelfde soort jasjes, gaat altijd naar hetzelfde bergdorp op vakantie en draagt daar altijd dezelfde ruitjesblouse" (*Algemeen Dagblad*, 23 september). Het beeld dat hier – en in een groot deel van de andere artikelen – wordt geschetst, is dat van een saaie, degelijke vrouw, die graag dezelfde activiteiten onderneemt, zonder al te veel risico.

Wat opvalt in met name de Nederlandse artikelen – maar waar ook enkele keren naar wordt verwezen in de Engelse dagbladen – is dat Merkels opleiding als natuurkundige genoemd wordt. In vrijwel alle gevallen wordt dit gegeven aangehaald om het beeld van de genuanceerde, afwegende vrouw kracht bij te zetten: "Ze weegt haar woorden, weegt haar opties en beslissingen. Daarin blijft ze de natuurwetenschapper die ze vroeger was" (*Algemeen Dagblad*, 23 september 2017). Deze inmenging

in Merkels (prive)verleden, een belangrijk kenmerk van personalisering, komt ook met het gebruik van andere anekdotes uit haar verleden naar voren. Zo haalt *The Times* het volgende verhaal aan:

As a schoolgirl in communist East Germany Angela Merkel famously stood on the edge of a high diving board for 40 minutes, weighing up the risks. Only when the bell signified the end of the swimming lesson, and when her teacher's patience had been exhausted, did she choose to jump.

(*The Times*, 21 september 2017).

In de bovenstaande passage wordt verwezen naar Merkels DDR-verleden. Ook deze verwijzing kent een diepere laag en speelt een rol in het beeld dat van Merkel wordt gevormd: zoals in Hoofdstuk 1 al naar voren kwam hadden veel mensen in het Oosten een sober bestaan, een bestaan in de schaduw, waarbij ze zo min mogelijk aanstoot gaven en opvielen – op die wijze liet de staat je met rust (Maier, 2018). Merkel zelf was een simpele natuurkundige (zoals zij zelf aangeeft was dit een van de studies met zo min mogelijk staatsbemoediging), ver weg van de wereldleider die zij nu is (Botermans, 2007). Door Merkels jaren in de voormalige DDR aan te halen wordt het beeld van onopvallende, sobere vrouw dus wederom versterkt.

Hoewel de toon in sommige artikelen ietwat lacherig is (“en draagt daar altijd dezelfde ruitjesblouse”) wanneer deze ‘saai’ terughoudendheid wordt omschreven, schetsen veel artikelen ook de andere kant van deze eigenschap: stabiliteit, kalmte en vertrouwen. Een deel van de artikelen gaat zelfs zo ver te stellen dat het saai voorkomen een strategie is van Merkel: “Angela Merkel is een natuurtalent qua saaiheid – en vooral ook in het benutten ervan. Want haar saaiheid is een tactiek, die bewezen effectief is” en “De al dan niet bedoelde boodschap: dit is iemand die gewoon is gebleven, misschien wat saai, maar een stabiel, voorspelbaar mens, we weten wat we aan haar hebben. Wat wil je nog meer in deze tijd?” (*NRC*, 9 september 2017). Dit idee dat van de strategische politicus zal in de volgende subparagraaf uitgebreider aan bod komen.

We zien hier dus dat Merkels conservatieve houding – in de dagbladen vaak aangewezen als een van haar kernkwaliteiten – op verschillende manieren in de beeldvorming kan worden ingezet. Waar deze eigenschap in sommige artikelen wordt neergezet als traag, voorspelbaar en stagnerend, wordt in andere artikelen de stabiele, ‘zekere’ en rationale keerzijde juist belicht.

Standvastigheid

Een andere eigenschap die overduidelijk aan Merkel wordt toegekend is standvastigheid, vaak verbonden aan vastberadenheid en dapperheid. Deze eigenschap wordt gekoppeld aan Merkels “Wir schaffen das”-vluchtelingenbeleid, waar ze (volgens sommige artikelen tegen beter weten in) stug achter bleef staan. Zo wordt in een artikel uit *de Volkskrant* genoemd: “Wir schaffen das.’ Merkel bleef het na die eerste keer, op 31 augustus 2015, herhalen. Hoe harder de kritiek klonk, ze bleef het zeggen. Ze wilde laten zien dat ze achter haar eigen besluit stond, consequent en onbevreesd” (*de Volkskrant*, 23 september 2017). Andere codes die uit de analyse naar voren komen en bijdragen aan dit subthema zijn: “onverranderlijk” “niet van de wijs te brengen”, “moedig”, “hard”, “ambitieuw”, en “sterke politicus”. Zo omschrijft *The Times* Merkel als volgt: “Mrs Merkel, who has defended her generous refugee policy on the campaign trail, looked flustered and shot back (...)” (*The Times*, 4 september 2017). Carter verwijst hier naar Merkels vastberadenheid en laat zo zien dat zij nog steeds achter haar beslissing van toen is blijven staan.

Ook vanuit de literatuur blijkt dit idee van standvastigheid en strijd lustigheid een veelgehoord kenmerk. Zo schrijft benoemt Boterman, hoogleraar Duitse geschiedenis, in zijn politieke biografie over Merkel: “Merkel is een politieke overlever. Waar anderen struikelden en bleven liggen, kwam zij steeds weer overeind” (2017, p.74). Botermans omschrijft haar verder als ‘stug doormodderend’ (p.74), een beeld dat overeenkomt met het beeld dat in de dagbladartikelen wordt geschetst.

Merkel wordt gezien als star persoon, die niet snel van koers verandert en bij haar punt blijft. Ook deze eigenschap kan op een positieve en negatieve neergezet worden, en uit de analyse blijkt dat de Nederlandse artikelen dit kenmerk vooral als ‘moedig’ en ‘onbevreesd’ beeldvormen en als eigenschap van een sterke leider, terwijl een groot deel van de Britse artikelen (met name de tabloids) deze eigenschap meer als koppig en eigenwijs framen.

4.1.2. Merkel versus Gender

Zoals uit de theorie naar voren komt zijn er bepaalde feminiene en masculine genderstereotypen, met name wanneer het gender in combinatie met de media betreft. In deze stereotypering worden vrouwen vaak gekarakteriseerd als zacht, impulsief, gevoelig, intuïtief en zich bevindend in de privésfeer (Oakley, 1998). Zoals eerder genoemd gaat Merkel tegen al deze stereotypering in door zich publiekelijk en onafhankelijk als groot (Europees) politicus op te stellen, maar ook uit de analyse komt duidelijk naar voren dat Merkel wordt geportretteerd als vrouw die deze genderstereotypen uitdaagt.

Zo zijn de twee subthema’s die hierboven zijn besproken – terughoudendheid en

standvastigheid – twee eigenschappen die traditioneel gezien niet aan het feminiene gender worden toegeschreven. Dit gender wordt gezien als impulsief – niet als afwegend en rationeel zoals Merkel wordt omschreven in de artikelen – en als afhankelijk en gevoelig in plaats van moedige vrouw die ondanks veel tegenstand achter haar standpunten blijft staan.

Als we verder kijken in de codering zien we dat Merkel vaak als sluwe, harde en bovenal strategische politicus wordt beschreven. Ze wordt veelal geschetst als berekenend persoon, dat goed doordachte, tactische beslissingen maakt en bij wie niets ‘zomaar’ gebeurt. Een voorbeeld uit het *Algemeen Dagblad*:

Die kritiek is vaker te horen. Maar ook daar heeft Merkel - uiteraard - over nagedacht. Ze neemt de tijd om de stemming te peilen. Dan slaat ze toe. Zo hield ze jarenlang het homohuwelijk tegen. Tot ze zeker wist dat de meerderheid van de Duitsers voor was. Toen staakte ze plotseling haar verzet. Het parlement keurde de wet meteen goed. Merkel streek met de eer. (*Algemeen Dagblad*, 23 september 2017).

Zoals in de inleiding besproken rekende Merkel al vroeg in haar carrière voor een groot deel af met het stereotype van zwakke vrouwelijke politicus, door haar mentor Helmut Kohl te laten vallen na het financiële schandaal waar de partij door zijn toedoen in verzeild was geraakt. Ze sloot zich hiermee aan bij haar mannelijke politieke tegenhangers die er vanuit stereotypisch oogpunt om bekend staan loyaliteit op te offeren en hard om te gaan met rivalen die een bedreiging vormen voor de eigen carrière (Thompson & Lennartz, 2007).

Merkels verleden met de oud-president wordt ook in de artikelen vaak aangehaald. De metaforische term ‘*Kohls Mädchen*’ (Kohl’s meisje), wordt vaak gebruikt in de geanalyseerde dagbladen en roept een neerbuigend en enigszins kleinerend gevoel op. Deze vaak herhaalde metafoor zal in paragraaf 4 uitgebreider behandeld worden. Ook de genoemde breuk tussen Merkel en Kohl komt naar boven in de analyse. Merkel wordt hierbij vaak neergezet als harde politicus:

Maar de goede relatie die Kohl en Merkel hadden, ging kapot. Als ex-kanselier raakte Kohl verwickeld in een zwartgeldaffaire die de partij dreigde te beschadigen. Merkel riep in 1999 de CDU publiekelijk op om hem te laten vallen. „Ik heb mijn moordenaar grootgebracht“, merkte Kohl jaren later bitter op.

(*Algemeen Dagblad*, 23 september 2017).

Een ander artikel uit *de Volkskrant* noemt hierover: “Zijn meisje’, zoals hij Merkel ooit noemde, greep een schandaal over illegale donaties aan om haar leermeester meedogenloos de tent uit te werken” (*de Volkskrant*, 23 september 2017). In deze specifieke tekstpassages wordt het harde, hier bijna meedogenloze (politieke) karakter van Merkel nog eens extra onderstreept door het laatste citaat van Kohl uit het *AD*, waarin hij Merkel een moordenaar noemt en de nadruk op het woord “leermeester” en “meedogenloos de tent uit werken” uit *de Volkskrant*. Ook dit draagt sterk bij aan het idee van Merkel als vrouw die tegen de feminiene stereotypering ingaat en daarmee de *hegemonic masculinity* bevecht (Finley, 2010).

Een andere kwestie die sterk samenhangt met gender en de beeldvorming rondom Merkel is het feit dat ze – vooral in het verleden – vaak onderschat is door haar ‘vrouw zijn’, iets wat ook Thompson en Lennartz (2007) in hun studie onderstrepen. Een van de manieren waarop dit in de artikelen tot uiting komt luidt als volgt: “Merkel is lang onderschat, vooral door mannen en van die nood heeft ze een deugd gemaakt. Het bekendste voorbeeld is Helmut Kohl” (*de Volkskrant*, 23 september 2017). In feite draagt de uitspraak *Kohls Mädchen* een bepaalde onderschattende toon in zich, door Merkel als ‘meisje’ onder haar ‘meerdere’ Kohl te plaatsen. Merkel was ten tijde van het schandaal van Kohl al dik in de veertig – niet echt een meisje meer te noemen. Op deze manier draagt de term dus iets verkleinend in zich. Ook de Britse pers maakt melding van het feit dat Merkel, vooral vroeger, veel onderschat is als politicus:

Just as she was underestimated when she first entered politics in 1990, as a young physicist from East Germany, Mrs Merkel's talent for political survival was somewhat overlooked in the aftermath of the 2015 refugee crisis, which some thought would lead to her downfall.

(*The Guardian*, 17 september 2017).

Hoewel Krijnen en van Bauwel (2015) stellen dat veel studies naar ‘gender in het nieuws’ wijzen op de marginalisatie en bagatellisering van hooggeplaatste vrouwelijke politici, is de tendens in het grootste deel van de artikelen dat Merkel –zelfs ondanks de grote verliezen bij de verkiezingen – nog steeds als machtig figuur wordt neergezet. Dit gebeurt zowel in de Britse als Nederlandse dagbladenpers, bijvoorbeeld door de volgende uitingen: “Angela Merkel, the most enduring and powerful leader in the Western world, secured a fourth term as Chancellor” (*Daily Mail*, 26 september 2017) en “Angela

Merkel (63) is een van de machtigste vrouwen ter wereld” (*de Volkskrant*, 23 september 2017). Merkel lijkt ook hier dus de traditionele of stereotype gendernormen te overstijgen.

4.1.3 Britse versus Nederlandse dagbladen

De verschillen tussen de Britse en Nederlandse dagbladen zijn wat betreft de beeldvorming rondom Merkels persoon (personalisering) niet groot. De bovengenoemde categorieën komen in alle artikelen sterk terug. Wel kan gesteld worden dat het verschil tussen de Britse kwaliteitskranten en populaire kranten groter is dan bij de Nederlandse dagbladenpers, vooral wat de toon betreft. De Britse kwaliteitskranten schrijven in het algemeen op positievere manier over Merkel dan de populaire kranten doen, vooral wat betreft Merkels politieke kwaliteiten. De Nederlandse berichtgeving ligt hierin dichterbij elkaar en schrijft in een neutralere toon. Het gegeven dat de Britse tabloids zich negatiever uitlaten over Merkel komt overeen met de veronderstelling van Akkerman (2011). Zij noemt dat er vaak wordt aangenomen dat de populaire pers vaker in een toon schrijft die meer anti-establisment en anti-elite is dan de kwaliteitspers, maar ontdekt dan in haar onderzoek dat die veronderstelling niet altijd op gaat (Akkerman, 2011).

Waar de Britse en Nederlandse dagbladen wel van elkaar verschillen is de vergelijking tussen Merkel en Theresa May en Margaret Thatcher, die in de Britse pers wel meerdere keren wordt gemaakt en in de Nederlandse dagbladen niet. Deze genderstereotypische vergelijking werd in de wetenschappelijke literatuur al genoemd door onder andere Thompson en Lennartz (2007), waarbij (metaforische) benamingen als ‘Iron Lady’ en ‘Maggie Merkel’ werden aangehaald. Ook in de Britse artikelen wordt melding gemaakt van de ‘Iron Chancellor’ en ‘Germany’s Iron Lady’, en in beide gevallen wordt er naar een bepaalde grootheid van Merkel als politicus verwezen. In een andere vergelijking, die meer negatief van aard is, wordt Merkel afgezet tegen Thatcher en May:

Angela Merkel arrogantly positioned herself as the Mother of Germany and the entire EU project. May did almost as well as Thatcher in 1979. In contrast, Merkel’s CDU/CSU has seen its worst result since 1949.

(*The Sun*, 26 september 2017).

Deze tekstpassage laat tevens een tweede verschil zien tussen de Britse en Nederlandse pers: de verwijzing naar Merkel als arrogant persoon. Ook dit kan teruggeleid worden tot verschillen in de

betrekkingen tussen de landen – waar Nederland en Duitsland op goede voet met elkaar staan is de relatie tussen Groot-Britannië en Duitsland door de Brexit-ontwikkelingen redelijk bekoeld. Merkel heeft er, ook in de pers, nooit een geheim van gemaakt dat ze het niet eens is met de beslissing van de Britten om de EU te verlaten. Op verschillende persconferenties liet zij zich negatief uit over Brexit, met uitspraken als: "Ik heb het idee dat sommigen in Groot-Britannië zich nog illusies maken. Dat is tevergeefs" ([NOS], 27 april 2017).

4.2 Merkel en “het politieke”

Naast het persoonlijke vormt ook de politieke dimensie een belangrijk thema dat naar voren is gekomen uit de analyse. Dit thema is onder te verdelen in drie subthema's: Europa, de vluchtelingenproblematiek en Merkel in relatie tot de internationale betrekkingen tussen beide landen.

4.2.1 Merkel als boegbeeld van Europa

Duitsland als land en met name Merkel als leider spelen een grote rol binnen de Europese politiek, wat ertoe heeft geleid dat deze rol tot een van de *sensitizing concepts* voorafgaand aan de analyse is gekozen. In de dagbladartikelen wordt Merkel op verschillende manieren geportretteerd wanneer het gaat over haar relatie tot Europa, maar vrijwel al deze artikelen onderstrepen wel dat Merkel een leidinggevende functie heeft binnen de Europese Unie (of ze dit nu als positief of negatief gegeven bestempelen) en daarbij wordt de politicus vaak als de spil van Europa beschouwd. Voorbeelden van dergelijke uitingen luiden als volgt: “Merkel groeide uit tot de koningin van Europa” (*Algemeen Dagblad*, 23 september 2017), “This placidity is a tribute to the resilience of Europe's most powerful leader” (*The Guardian*, 17 september 2017) en “Mrs Merkel owes her likely re-election to German domestic factors, not least the strength of the economy. But she has also been a driving force for the EU, despite obstacles and in the face of criticism” (*The Guardian*, 17 september 2017).

Zo wordt ze bijvoorbeeld neergezet als voorvechter van de Unie, die koste wat kost de Europese landen samen wil houden en een sterk verbond wil vormen. Nederlandse kranten staan iets neutraler tegenover dit gegeven dan de Britse kranten – Groot-Britannië is immers veel minder gebaat bij een grote en sterke Unie. Dit verschil kan geïllustreerd worden aan de hand van twee tekstpassages. Zo noemt het Algemeen Dagblad:

Europa is voor Merkel minstens zo belangrijk als haar eigen land, aldus biografe De Waard. „Ze

redeneert: als het goed gaat met Europa, gaat het goed met Duitsland. Ze wil daarom belangrijke klussen afronden, zoals de Brexit en het aanhalen van de banden met Frankrijk, en zal dan de boel overdragen aan iemand van de jongere generatie. Ze verlaat het toneel niet met tromgeroffel, maar stilletjes. Want zo is Merkel.

(*Algemeen Dagblad*, 23 september 2017).

The Sun hanteert een heel andere toon: “Her single important priority is to keep the European Union on the road at all costs” (*The Sun*, 4 september 2017). Vooral het gebruik van de woorden ‘at all costs’ schept een beeld van Merkel die over lijken gaat om ‘haar Unie’ te beschermen, ten koste van haar eigen volk of de belangen van andere landen (zoals Groot-Britannie, hier zal later nog op terug worden gekomen).

4.2.2. “Wir schaffen Das”

De letterlijke tekst op 31 augustus 2015 luidde: “Deutschland ist eine starkes Land. (...): Wir haben so vieles geschafft – wir schaffen das” (Boterman, 2017, p.135). Dit citaat is sindsdien vele malen herhaald, en de inhoud van deze slogan blijkt ook in 2017 nog grote weerslag te vinden in de Britse en Nederlandse dagbladenpers. In een zeer groot deel van de artikelen wordt er een verwijzing gemaakt naar Merkels houding tijdens de vluchtelingencrisis van 2015.

Merkels optreden – hoewel eerder grotendeels bewonderd – wordt nu in een groot deel van de artikelen (zowel Nederlands als Brits), gepresenteerd als een ondoordachte fout. Opvallend hier is het grote verschil tussen vooral de Britse populaire en kwaliteitskranten. Dagbladen als *The Guardian* en *The Times* omschrijven het betreffende beleid als goedbedoelde, humanitaire actie en benadrukken daarbij hoeveel lof Merkel voor haar actie ontving vanuit de gehele wereld:

Arriving on trains, the refugees were greeted with water and cuddly toys. Angela Merkel entered the philanthropic stratosphere: George and Amal Clooney came to tea; Meryl Streep sang her praises at the Berlin film festival; Time magazine made her Person of the Year.

(*The Times*, 30 september 2017).

Door Merkel op bovenstaande manier te framen wordt ook ‘de vluchteling’ op een bepaalde manier geportretteerd. Het specifieke beeld dat hier wordt geschetst komt overeen met het ‘onschuldige slachtoffer’-frame zoals omschreven door Van Gorp (2006). Vluchtelingen worden hierbij gezien als

hulpbehoevend en kwetsbaar (Van Gorp, 2006).

De tabloids benadrukken, in tegenstelling tot de kwaliteitskranten, vooral de onbegrijpelijkheid van haar beslissing. Zo benadrukt *The Sun* het ondemocratische karakter van Merkels beslissing: “They are people who have concerns about Merkel’s welcoming of a million migrants into Germany in 2015 without consulting them” (*The Sun*, 26 september 2017). Deze houding komt overeen met het ‘politici zijn te wantrouwen’-frame, dat stelt dat politici zich laten leiden door eigenbelang en niet kijken naar de gevolgen voor de gemeenten waar de vluchtelingen worden opgenomen (Van Gorp, 2006). De Nederlandse dagbladen blijven over het algemeen iets meer in het midden en omschrijven de actie in eerste instantie als redelijk dapper, maar als achteraf met alle kennis die we nu hebben als ‘foute keuze’ kan worden beschouwd omdat Duitsland simpelweg niet was voorbereid om zulke grote aantallen op te vangen:

Merkel mag dan ijverig zijn geweest”, blik bijvoorbeeld *Der Spiegel* terug op de afgelopen jaren, beslissingen over grote projecten als de energietransitie, het stoppen van de dienstplicht of de vluchtelingenpolitiek heeft ze overhaast genomen en nauwelijks uitgelegd.

(*Trouw*, 25 september 2017).

Het ‘Wir schaffen das’-beleid is verder belangrijk binnen de beeldvorming rondom Merkel, omdat dit een van de weinige dingen is in haar carrière en rondom haar als persoon waarbij zij echt hard en duidelijk voor iets op stond en daarmee tegen een groot deel van de Europese leiders – en een groot deel van haar eigen bevolking – in ging. Het is daarom een bepalend moment in de carrière van Merkel: het moment dat de stugge, berekende Mutti van haar geliefde middenweg afweek om een omstreden zijpad te bewandelen.

Wat opvalt in de geanalyseerde artikelen is dat vooral Britse tabloid *The Sun* zeer negatief schrijft over Merkel in relatie tot de Europese vluchtelingenproblematiek. De krant legt de schuld van de Europese immigratieproblematiek grotendeels bij Merkel, en noemt daarbij vaak dat Merkels “Wir schaffen das”-beleid ervoor heeft gezorgd voor de historische verliezen die haar partij heeft moeten lijden: “Damaged by her decision two years ago to allow more than one million migrants into Germany, Merkel's conservative bloc secured 33 percent of the vote, losing 8.5 points - its lowest level since 1949.” (*The Sun*, 25 september 2017). Het idee van Merkel in relatie tot ‘schuld’ zal in de vorige paragraaf verder uitgewerkt worden.

4.2.3 Internationale betrekkingen

Opvallend zijn binnen dit thema de accentverschillen tussen de Britse en Nederlandse dagbladpers. In de artikelen is duidelijk terug te zien dat Groot-Brittannië vele malen minder *Europe minded* is dan Nederland, wat vanuit het oogpunt van de internationale betrekking en Brexit gezien ook klopt (De Waard, 2017).

In meerdere Nederlandse artikelen wordt een bepaalde angst – of in ieder geval een voorzichtige en aarzelende houding – gepresenteerd tegen de zogenaamde ‘Frans-Duitse as’: de samenwerking tussen Macron en Merkel als motor van de Europese Unie (*de Volkskrant*, 25 september 2017). Deze categorie komt in de Britse pers nauwelijks voor. Dit verschil kan waarschijnlijk verklaard worden door het verschil in afhankelijkheid van beide landen van de Europese Unie: Groot-Brittannië staat met Brexit al met een been buiten de Unie, terwijl Nederland politiek en economisch gezien een stuk afhankelijker is van Europa. Zo noemt *De Telegraaf* bijvoorbeeld:

Oud-diplomaat Jan Boeles denkt ook dat Nederland op zoek moet naar andere medestanders, nu het Verenigd Koninkrijk als eurosceptische bondgenoot wegvalt: „Rutte heeft ook lijntjes naar de Baltische staten en kritische landen als Polen en Hongarije uitgegooid. Nederland moet een tegenblok tegen de Frans-Duitse as vormen.

(*De Telegraaf*, 17 september 2017)

De Nederlandse kwaliteitskranten maken ook melding van de Frans-Duitse as, maar onderstrepen vaker het belang van deze relatie voor het voortbestaan en sterker worden van de Europese Unie. Andere beelden die naar voren komen in de artikelen in relatie tot de internationale betrekkingen zijn de goede relaties tussen de landen – waarbij in de dagbladen uit beide landen wordt aangehaald dat de beide premiers telefonisch contact hebben gehad met Merkel om haar te feliciteren met haar overwinning.

Wat de Britse situatie – zoals vaak genoemd – anders maakt dan de Nederlandse is het feit dat de Britten door middel van Brexit uit de EU zullen stappen. Hier wordt in de artikelen dan ook zeer veel aandacht aan besteed, en deze aandacht loopt uiteen van de gevolgen van de herverkiezing van Merkel voor de Brexit-onderhandelingen tot aan het idee dat Merkel ‘schuld’ draagt voor de massale Britse afwijzing van de EU (dit wordt uitgebreider behandeld in de hieropvolgende paragraaf). Daarbij is een van de politieke eigenschappen van Merkel die alleen in de Britse dagbladen wordt genoemd is de arrogantie tegenover het Verenigd Koninkrijk. Zo noemt *The Sun*:

This ought to make Merkel more humble in her dealings with us. After all, May got 42.4 per cent of Brits' votes, ten per cent more than Merkel got from Germans. It is time for Merkel to wind her neck in and tame her Brexit-bashing instincts. If she has any sense — and she does — she will take this humility route rather than lashing out at us Brits because she is furious with the drubbing she got at home.

(*The Sun*, 26 september 2017).

4.2.4 Britse versus Nederlandse dagbladen

Uit de artikelen blijkt dat de Britse en Nederlandse dagbladen op verschillende wijzen tegen Merkels rol in Europa aankijken. Waar de Britse kranten voornamelijk Brexit aanhalen, zijn de Nederlandse artikelen meer bezig met wat Merkel voor Europa – en daarmee voor Nederland – kan betekenen. Hierbij wordt ook, sterker dan in de Britse artikelen, de (goede) band tussen Merkel en Macron aangehaald.

Ook binnen dit thema kan gesteld worden dat, zoals hierboven al benoemd, het verschil tussen de Britse tabloids en kwaliteitskranten groot is, vooral wanneer er over Merkel in relatie tot de vluchtelingenproblematiek wordt gesproken.

4.3 “Schuld en verraad”

4.3.1. Merkel en de schuldvraag

Een van de manieren waarop Merkel in de artikelen wordt neergezet is als ‘schulddrager’. Een van de uiteindelijke thema’s die uit de analyse is geconstrueerd, is dan ook het idee van schuld en verraad, beide ‘gepleegd’ door Merkel. Dit thema kwam naar voren uit verschillende codes die verwezen naar verschillende gebeurtenissen rondom en eigenschappen van de politicus. De schuldvraag kan verdeeld worden in verschillende categorieën, met Merkel als schulddrager van: de vluchtelingenproblematiek in Duitsland en Europa, de financiële crisis (eurocrisis), de opkomst van extreemrechtse partij *Alternative für Deutschland (AfD)*, Brexit en de grote verliezen die de eigen partij bij de verkiezing van 2017 heeft moeten lijden.

Zo schrijft *De Telegraaf* over Merkel en de manier waarop zij in aanloop naar de verkiezingen werd neergezet als schuldige van de opkomst van AfD:

Het moddergooien in de Duitse verkiezingen is begonnen. De linkse vice-kanselier Sigmar

Gabriel verweet zijn bazin Angela Merkel schuldig te zijn aan de snelle opkomst van de radicaal-rechtse 'Alternative für Deutschland'. „Voor de eerste keer na 70 jaar dreigen er weer nazi's in de Rijksdag te spreken”, stelde Gabriel.

(*De Telegraaf*, 15 september 2017).

Ook het feit dat de CDU veel steun heeft verloren vanuit de Duitse bevolking wordt zoals gezegd vaak gezien als Merkels gevolg van Merkels eigen toedoen. Een voorbeeld uit *de Volkskrant*: “Zij duwden de AfD naar Berlijn; nu de derde partij in de Bondsdag. Merkel oogstte op zwarte zondag wat zij had gezaaid in 2015” (*de Volkskrant*, 27 september 2017). Ook *The Times* benadrukt de gedachte dat Merkel nu de gevolgen onder ogen moet zien van haar eerdere beleid, en wijst hier voornamelijk op het feit dat de partij heid door vele malen kleiner is geworden en een aanzienlijk minder goede uitgangspositie heeft bij het vormen van een coalitie: “It was believed that he would return to the finance ministry until voters punished Mrs Merkel for her handling of the migrant crisis and left her scrambling to form a coalition” (*The Times*, 28 september 2017).

The Sun, de krant die zoals eerder genoemd zeer negatief schrijft over Merkel in relatie tot de vluchtelingenproblematiek, gaat zelfs zo ver als te stellen dat Merkel ervoor gezorgd heeft dat het aantal vluchtelingen zo drastisch toe nam dat de situatie in Europa nauwelijks houdbaar was: “And it was “Mutti” Merkel who turned the flood of illegal migrants from Africa into a tidal wave when, in an act of heroic stupidity, she invited a million Syrian refugees to Europe” (*The Sun*, 4 september 2017). Daarbij wijst de auteur van dit artikel, Kavanach, Merkel als schuldige aan voor het feit dat de meerderheid van de Britten voor Brexit heeft gestemd: “It was Mrs Merkel whose intransigence persuaded Britain to vote OUT” (*The Sun*, 4 september 2017).

4.3.2 Merkel als verrader

De verwijzingen naar verraad richten zich vooral op twee dingen. Allereerst is er het verwijt dat Merkel als voormalig DDR-inwoner met haar beleid het Oosten redelijk 'links laat liggen'. De oostelijke regio van Duitsland heeft het financieel gezien zwaar, en ook de problemen rondom het opnemen van vluchtelingen zijn groot in het oosten. Merkel werd door 'haar mensen' steeds harder verstoten, en dit gegeven is ook duidelijk terug te zien als subthema in de artikelen (Maier, 25 april 2018). Voorbeelden van dergelijke passages zijn:

Ze noemen haar Stasi-hoer, landverraadster en dictator. Heel wat Duitsers, vooral in de

vroegere DDR, willen Angela Merkel vanwege vermeend hoogverraad in de gevangenis zien. (*De Telegraaf*, 9 september 2017).

The AfD draws most of its support from citizens who feel disenfranchised in the east. Beyond those states, it has also capitalised on anxieties born from the refugee crisis, and on anti-establishment sentiment fuelled by the fact so much of the mainstream campaign was about consensus rather than about change. (*The Guardian*, 24 september 2017).

Merkels kritiek kwam nochtans hard aan bij heel wat Oost-Duitsers, die zich overspoeld voelen door de vluchtelingen uit verre landen, die vanaf het jaar 2015 kwamen. „Wie moet dat gaan betalen?!”, schreeuwde een woedende man in Bitterfeld, met de hoge asielkosten voor de staat in gedachten. (*De Telegraaf*, 9 september 2017).

We zien hier verwijzingen naar de Stasi, de veiligheids- en inlichtingendienst van de DDR, naar hoogverraad en naar burgers die voelen dat hun burgerrechten zijn afgenomen (*disenfranchised*). Ook in deze passages zien we dat de vluchtelingenproblematiek in het land een rode draad vormt, wat eveneens het tweede verwijt binnen dit thema vormt. Dit verwijt luidt volgens de artikelen dat Merkel niet goed naar de belangen van de Duitse bevolking heeft gekeken en alle vluchtelingen die zij het land in heeft gelaten daarmee in feite boven het eigen volk heeft geplaatst. Deze beeldvorming van de vluchteling komt wederom overeen met het ‘politici zijn te wantrouwen’-frame, zoals omschreven door Van Gorp (2006). Er worden hierbij termen als “landverrader” aangehaald, zoals ook in het volgende citaat uit het *NRC*: “Toen kort daarna ook Merkel het roerige Heidenau bezocht, werd ze bij de bouwmarkt opgewacht door een boze menigte die haar voor ‘landverrader’ uitmaakte. ‘Wij zijn het tuig!’, riepen ze en: ‘Rot op!’” (*NRC*, 16 september 2017). Ook de Britse dagbladen maken gebruik van deze verrader-beeldvorming:

Mrs Merkel, 63, said she would seek exploratory talks on an alliance with two smaller parties, the pro-business Free Democrats and the Greens. All other political parties have ruled out working with the AfD, whose leaders call Mrs Merkel a traitor' for allowing in more than a

million asylum seekers since 2015.
(*Daily Mail*, 26 september 2017).

4.3.3. Britse versus Nederlandse dagbladen

In zowel de Britse als Nederlandse pers komt het “schuld en verraad’-thema sterk naar voren. Wat opvalt in de Nederlandse pers wanneer er wordt geschreven over Merkel in relatie tot de schuldvraag is dat er veel mensen aan het woord worden gelaten in de artikelen die over dit thema een uitspraak doen. Dit is een andere stijl dan die meestal in de Britse kranten wordt toegepast, waar het vooral de journalist zelf is die uitspraken doet over Merkel als schulddrager. De Nederlandse pers zou hiermee als neutraler of objectiever kunnen worden neergezet, maar het beeld dat van Merkel wordt neergezet blijft feitelijk gelijk of wordt in sommige gevallen misschien zelfs versterkt doordat het Duitse volk aan het woord wordt gelaten.

Een ander verschil is zoals eerder benoemd dat Merkel in de Britse pers wordt neergezet als schuldige aan Brexit, een categorie die in de Nederlandse pers niet voorkomt.

4.4. “Merkel als baken van evenwichtigheid in een wereld van politieke chaos”

In veel Europese landen zijn extreemrechtse en rechtspopulistische landen in opkomst (Bijman, 2014). Dit was ook in Duitsland het geval ten tijde van de verkiezingen in 2017, met de partij *Alternative für Deutschland*. Ook de verkiezingen van Donald Trump in de Verenigde Staten, Brexit in Groot-Britannië, en leiders als Putin, Erdogan en Kim Jong-il hebben wereldwijd tot spanningen en politieke onrust geleid. Merkel lijkt hierin een rustpunt te vormen, en dit is dan ook hoe zij in veel van de artikelen wordt geportretteerd. Binnen dit thema zal worden behandeld hoe, hoewel de bondskanselier verzwakt is, zij nog steeds wordt neergezet als ‘winnaar’ of ‘de grootste’, doordat het rechtspopulisme uiteindelijk niet heeft gewonnen en hoe er gebruikt wordt gemaakt van (politieke) tegenstellingen om aan te tonen dat Merkel een baken van stabiliteit is op het verder onrustige politieke wereldtoneel.

4.4.1. Verzwakt, maar nog steeds grootste

Dat Merkel en haar partij de CDU grote verliezen hebben geleden is duidelijk. Dit gegeven wordt dan ook in vrijwel alle artikelen benoemd, maar wat opvalt is dat hierbij vaak wordt benadrukt dat ze wel heeft gewonnen en nog steeds de grootste is. Ondanks de verliezen, ondanks de sterke groei van de AfD en ondanks de ontevredenheid onder de bevolking over migranten en financiële kwesties is Merkel wel

als winnaar geëindigd.

Wat in het oog springt is dat dit vooral wordt benadrukt in de Britse kwaliteitskranten, meer dan in de Nederlandse kranten die vaker vooral de verliezen noemen. Een voorbeeld van een dergelijke tekstpassage, die de uiteindelijke overwinning van Merkel benadrukt, luidt als volgt:

Opinion polls nonetheless suggest that Mrs Merkel's Christian Democratic bloc will romp home, forming the dominant party and thus Germany's governing force for the next four years. This has been achieved not only because voters want Mrs Merkel's conservatives to shield them from global disorder. It is also because she has systematically appropriated the policies of the centre-left, the Social Democrats.

(The Times, 21 september 2017).

Bovendien wordt in de artikelen genoemd hoe in Duitsland extreemrechts uiteindelijk toch is verslagen. De AfD is weliswaar sterk gegroeid en was met name in de campagneperiode erg zichtbaar, uiteindelijk is Merkel met haar partij toch de grootste geworden, een gegeven dat haar de macht gaf de AfD uit de regerende coalitie te houden.

4.4.2 Tegenstelling met andere politieke leiders

Een vergelijking die heel sterk naar voren komt in de artikelen is die tussen Merkel en andere wereldleiders. Donald Trump speelt hierbij de grootste rol, maar ook leiders als Erdogan en Putin en de Brexit-stemming worden aangehaald. Merkel wordt binnen deze vergelijking duidelijk neergezet als leider van het vrije Westen. Net zoals metaforen, die in de hieropvolgende paragraaf zullen worden behandeld, kunnen ook tegenstellingen sterk bijdragen aan de beeldvorming van een persoon. Er wordt hier, zoals de theorie het omschrijft, in feite een vorm van *Othering* toegepast, waarbij het beeld van de ene persoon wordt gecreëerd door deze af te zetten tegen een ander persoon of andere personen (Staszak, 2008).

Juist door deze vergelijking te maken worden er enkele belangrijke persoonskenmerken van Merkel uitgelicht, evenals het feit dat zij een van de weinige vrouwen is in de politieke 'mannenwereld', zoals ook het volgende citaat laat zien: "Maar toen Trump president werd realiseerde ik me hoe geruststellend haar persoonlijkheid is tussen al die mannen", zegt Mario. De rest stemt in." Ook in dit citaat van het NRC wordt Merkels vrouw-zijn tegenover andere, mannelijke leiders gezet, waarbij haar 'doordachte, gezaghebbende en onverstoorbare' karakter wordt benadrukt:

Daar staat tegenover dat in een wereld die moet luisteren naar de luimen van mannen als Trump, Poetin, Xi en Erdogan, het doordachte, gezaghebbende en onverstoorbare Europese stemgeluid van een vrouw als Angela Merkel van niet te onderschatten waarde is. (NRC, 3 september 2017).

Ook Merkels conservatisme, vaak gezien als 'saaigheid' wordt geprezen in de artikelen. Waar deze eigenschap vaak als negatief wordt bestempeld, krijgt het in het licht van alle politieke onrust op het wereldtoneel een andere, positievere betekenis:

Bestuurslid bij de Berlijnse tak van Junge Union (JU). Deed een beroepsopleiding tot bankmedewerker, studeert vanaf oktober economie, groeide op in Berlijn. 'Dat saai van Angela Merkel vinden veel mensen wel charmant, in tijden van Trump en Brexit. (de Volkskrant, 16 september 2017)

Andere kwaliteiten van Merkel die worden uitgelicht zijn betrouwbaarheid en ervaring, zoals in het volgende NRC-artikel: "Het gaat goed met Duitsland, dus laten we zo doorgaan, is de centrale boodschap van Merkel. Ze presenteert zich als baken van ervaring en betrouwbaarheid in een onrustige wereld." (NRC, 23 september 2017).

Wat wordt benoemd in het bovenstaande citaat en verder ook opvalt bij het gebruik van deze tegenstellingen in de andere artikelen is dat het huidige wereldbeeld als erg onrustig wordt gepresenteerd, vaak verwijzend naar Trump en Brexit, en dat Merkel daarbinnen een kern van rust vormt. Zo presenteert Trouw haar als anker van stabiliteit: "Waarom stemmen jongeren hier op Merkel? Vaakst gehoorde antwoord: omdat ze anders is dan de andere wereldleiders. Met Trump in het Witte Huis, Poetin in Rusland, Erdogan in Turkije is Merkel een anker van stabiliteit" (Trouw, 23 september 2017). De Daily Mail schetst eenzelfde soort beeld: "But even in the age of Brexit and President Trump, Germany's election results on Sunday were an extraordinary rebuke to the governing elite's complacent assumptions" (Daily Mail, 26 september 2017).

Binnen dit thema zijn er vooral gelijkenissen te ontdekken tussen de Britse en Nederlandse dagbladpers. De subthema's komen overeen en er zijn dan ook geen noemenswaardige verschillen die hier vermeld moeten worden.

4.5 Het gebruik van metaforen

Zoals ook uit de theorie naar voren komt kunnen metaforen een belangrijke rol spelen bij het overdragen van bepaalde frames (Lakoff & Johnson, 2003). Ze kunnen op die manier sterke invloed uitoefenen op het beeld dat van een situatie of persoon wordt gevormd, zoals in dit geval ook bij Merkel gebeurt. Uit de analyse is gebleken dat er veel gebruik wordt gemaakt van beeldtaal en metaforen wanneer er over de Duitse bondskanselier wordt gesproken.

Allereerst zijn er, zoals eerder al kort behandeld, meerdere metaforen voor Merkel aan te wijzen die te maken hebben met gender. Vooral *Kohl Mädchen* en *Mutti Merkel* springen hierbij in het oog. Merkel groeide van 'het meisje van Kohl' uit naar 'mama Merkel', en de twee metaforen hebben dan ook een specifiek eigen betekenis. De eerste metafoor zet Merkel neer als een meisje – een meisje van haar voorganger Kohl – en draagt zoals gezegd dus iets verkleinends in zich. Mutti Merkel daarentegen draagt een heel andere boodschap in zich: de wijze vrouw die zich als moeder over het Duitse volk ontfermt. In deze ontwikkeling van ene metafoor naar de andere is het beeld dat van Merkel wordt neergezet dus positiever en krachtiger geworden. Ook in de artikelen zien we dat 'Mutti Merkel' vaak wordt gebruikt in een positievere context.

Aan de andere kant zien we dat 'Mutti' ook op andere manieren wordt gebruikt in de artikelen, van een liefkozende tot een meer spottende toon. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de volgende tekstpassage, waar de metafoor nog verder is doorgevoerd door te stellen dan Merkel (als moeder) de AfD ter wereld heeft gebracht:

The Germans, so we're told, call their newly re-elected Chancellor Mutti, or mammy. If so, and I apologise for the unpalatable imagery, Angela Merkel has just given political birth to some frightening offspring - Nazis in the Reichstag building again.
(*The Independent*, 25 september 2017).

In dit citaat is duidelijk te zien hoe sterk metaforen kunnen bijdragen aan een bepaalde beeldvorming: Merkel wordt hier de sterke groei van de AfD aangerekend, een beschuldiging die door het gebruik van deze beeldspraak extra sprekend over komt.

Naast deze twee gendergerelateerde metaforen wordt er ook op andere manieren gebruik gemaakt van beeldspraak wanneer het over Merkel gaat, vooral wanneer het haar politieke stijl betreft: "Haar oud-minister Peer Steinbrück zei ooit: „Leven in een land onder haar leiding is als eindeloos rijden op een rotonde. Er gebeuren weinig ongelukken, maar een richting ontbreekt" (*Algemeen Dagblad*, 23

september). Ook haar rol als ‘anker van stabiliteit’ – waarin in feite ook een metafoor besloten zit – wordt extra onderbouwd door het gebruik van beeldspraak: “Merkel blijft stoïcijns. Als de wereld een orkaan is, is zij het windstille oog” (*Algemeen Dagblad*, 23 september).

Tot slot valt op dat ook wanneer Merkels positie na de verkiezingen – nog steeds de grootste partij, maar wel sterk verzwakt ten opzichte van voorgaande jaren – wordt genoemd, er veel gebruik wordt gemaakt van beeldspraak. Dit komt in zowel de Nederlandse als Britse artikelen voor: “Angela Merkel won but she had her wings clipped when her share of the vote fell by 8.6 per cent” (*The Sun*, 26 september 2017) en “Bondskanselier Merkel begint haar vierde termijn als reus op lemen voeten” (*de Volkskrant*, 27 september 2017). In beide citaten wordt geïllustreerd hoe Merkels macht, ondanks haar overwinning, beperkt is – beperkter dan misschien lijkt zoals de laatste passage suggereert.

Een metafoor die niet direct in de artikelen gebruikt wordt maar wel in de inleiding van dit onderzoek en het theoretisch kader wordt aangehaald is de verbeelding van Merkel als *Trümmerfrau* (Thompson & Lennartz, 2007). Hoewel de verwachting was dat hier niet actief naar zou worden verwezen in de geanalyseerde dagbladen, kan wel gesteld worden dat Merkel – zonder de term te noemen – wel op een bepaalde manier als een *Trümmerfrau* wordt geportretteerd. Door haar zo sterk te presenteren als vrouwelijke tegenhanger van leiders als Trump, Erdogan en Putin die de wereld in feite weer in rustiger vaarwater moet leiden, wordt opnieuw het beeld geschetst van Merkel die de ‘puinhopen’ van deze mannen moet ‘opruimen’.

Hoofdstuk 5. Conclusie

Angela Merkel werd in 2015 door het befaamde *Time Magazine* verkozen tot 'Person of the Year'. Ze werd geprezen om het feit dat zij de grootste vrouwelijke leider ter wereld zou zijn, om de manier waarop ze de eurocrisis afhandelde en om haar humanitaire act haar land open te stellen voor duizenden migranten op de vlucht voor oorlog (Vick, 2015).

Twee jaar later, 24 september 2017, toont ons een heel ander beeld. Merkel heeft voor de vierde keer op rij de Duitse verkiezingen gewonnen, maar is teleurgesteld. Haar partij de CDU heeft de grootste verliezen geleden sinds 1949, en voor het eerst sinds de Tweede Wereldoorlog heeft een extreemrechtse partij de *Reichstag* binnen weten te dringen. Waar Merkel eerst op handen werd gedragen, lijkt dit beeld gekanteld – onder de Duitse bevolking, in de Duitse pers. Merkel is niet langer 'onaantastbaar'. Ook vanuit het buitenland worden de Duitse verkiezingen op de voet gevolgd: als sterk land op het wereldtoneel en met het oog op de ontwikkeling van de Europese Unie zijn ook de belangen buiten Duitsland hoog. Merkel is sinds het begin van haar politieke carrière een favoriet onderwerp geweest in de pers, zowel in binnen- als buitenland (Van Zoonen, 2006).

In deze studie is onderzocht hoe Angela Merkel wordt geportretteerd in de Nederlandse en Britse dagbladenpers rondom de Duitse verkiezingen van 2017, die een belangrijk keerpunt vormen in het beeld dat van de bondskanselier bestaat. Dit heeft geleid tot de volgende onderzoeksvraag:

Hoe verhouden Britse dagbladen zich tot de Nederlandse dagbladen in hun beeldvorming over Angela Merkel tijdens de Duitse verkiezingen van 2017 en welke rol speelt de nationale context van beide landen hierin?

In dit concluderende hoofdstuk zal de onderzoeksvraag beantwoord worden aan de hand van deelvragen, beginnend met het beeld dat in de Nederlandse en Britse kranten wordt geschetst van Merkel en het verschil hiertussen.

Zoals in het vorige hoofdstuk duidelijk is geworden zijn er vier hoofdthema's te onderscheiden binnen de beeldvorming van de Duitse bondskanselier: "Op de persoon spelen", "Het politieke", "Schuld en verraad" en "Merkel als baken van evenwichtigheid in een wereld van politieke chaos". Vanuit het eerste thema komt naar voren dat de twee belangrijkste eigenschappen binnen Merkels beeldvorming terughoudendheid en standvastigheid zijn. Hoewel de artikelen uit beide landen hier sterk

overeenkomen, zijn er wel enkele verschillen aan te wijzen. Waar de Britse pers zich sterker uitspreekt over de persoon Merkel – zij het positief of negatief – zien we dat de Nederlandse kranten zich iets meer in het midden houden en vooral ook veel feitelijkheden benoemen. Wat verder interessant is binnen dit thema is de beeldvorming van Merkel als vrouw. Waar vanuit de wetenschappelijke literatuur vaak wordt genoemd dat vrouwen vaak genderstereotypische eigenschappen krijgen toegeschreven, lijkt dit bij Merkel niet het geval te zijn. Ze wordt neergezet als rationele en bedachtzame vrouw, als strategische politicus: allemaal eigenschappen die tegen de gebruikelijke gender-rolverdeling in gaan.

Vrijwel alle verschillen tussen de Britse en Nederlandse dagbladen in de manier waarop Merkel wordt geportretteerd zijn terug te leiden tot de verschillende (politieke) uitgangspunten van beide landen, vooral binnen Europa, een gegeven dat de laatste deelvraag van dit onderzoek beantwoordt. Dit beeld is dan ook terug te zien in het tweede thema. Hoewel Merkel in beide landen wordt geportretteerd als leider en voorvechter van Europa, is ook hier een nuanceverschil te ontdekken. Waar Merkel in de Nederlandse artikelen vooral wordt afgebeeld als belangrijk figuur binnen Europa en cruciaal persoon voor het voortbestaan van de Unie, zijn de Britse kranten vaker negatiever over deze rol van de Duitse politicus. Ook zijn de Britten over het algemeen minder bezig met de verstandhouding tussen Merkel en Macron, een categorie die in de Nederlandse artikelen wel naar voren komt. Daarbij komt dat de Britse pers zich – vanzelfsprekend – veel bezig houdt met Merkels rol in en houding tegenover Brexit.

Ook wanneer we naar het derde thema kijken zien we dat Merkel in de Britse pers wordt gepresenteerd als schuldige aan het feit dat de Britten ervoor hebben gestemd om uit Europa te gaan. Hoewel deze categorie niet voorkomt in de Nederlandse artikelen, zijn de andere verwijten van schuld en verraad wel gelijk in beide landen en krijgt de Duitse politicus de schuld van de vluchtelingenproblematiek in Duitsland en Europa, de financiële crisis (ten gevolge van de eurocrisis), de opkomst van extreemrechtse partij *Alternative für Deutschland (AfD)* en de grote verliezen die de eigen partij bij de verkiezing van 2017 heeft moeten lijden. Ook portretteren beide landen Merkel als iemand die haar geboortegrond (de voormalige DDR) heeft verraden en bovendien de buitenlandse vluchtelingen boven de belangen van haar eigen bevolking heeft geplaatst.

Het vierde en laatste thema laat tot slot zien hoe Merkel in een groot deel van de artikelen wordt geportretteerd als baken van rust in een wereld die verder als zeer onrustig en instabiel wordt beschouwd. Er wordt hier duidelijk gebruik gemaakt van tegenstellingen, waarbij het concept *Othering* sterk is terug te zien. Door Merkel tegenover andere, veel bekritiseerde en onevenwichtige leiders te plaatsen worden Merkels 'goede' eigenschappen versterkt en wordt het beeld van haar als standvastige,

rationele en stabiele leider dus nog effectiever neergezet.

Wanneer we kijken naar de verschillen tussen de populaire en kwaliteitskranten zien we dat het verschil in Groot-Brittannië aanzienlijk groter is dan in Nederland. De Britse kwaliteitskranten berichten in het algemeen op een stuk genuanceerdere en positieve manier over Merkel, terwijl de tabloids soms extreem negatief kunnen zijn. De Nederlandse kranten vinden hier een middenweg in en spreken minder directe waardeoordelen uit, maar laten wel vaak mensen (zoals AfD aanhangers of Duisters die niet tevreden zijn over het beleid van Merkel) aan het woord. Hiermee is ook de vierde deelvraag van dit onderzoek beantwoord.

Twee resultaten die vooral opvallen omdat zij verschillen van de bestaande literatuur, is het feit dat Merkel in verband wordt gebracht met schuld en verraad (thema 3), en dat zij zo duidelijk als ‘anker van stabiliteit’ wordt omschreven (thema 4). De oorzaak van het ontstaan van deze ‘nieuwe’ thema’s in de dagbladders kan gevonden worden in de recente (politieke) ontwikkelingen in Europa en de wereld. De migratiecrisis, die vanaf 2013 op gang kwam maar voornamelijk vanaf 2015 problemen veroorzaakte in Europa, kan gezien worden als een van deze ontwikkelingen. Ook kan gedacht worden aan zaken als de verkiezing van Trump als president van de Verenigde Staten (en de daaropvolgende nucleaire wapenwedloop met Noord-Korea), de problemen tussen Putin en Oekraïne (en de gevolgen die dit had voor internationale betrekkingen wereldwijd) en de stemming die er voor zorgde dat Groot-Brittannië, lid sinds 1973, uit de Europese Unie stapte (Tang, 2016).

Een van de andere hoofdconclusies die verder uit dit onderzoek kan worden getrokken is dat hoewel Merkel een vrouw is, zij niet per definitie als politicus met een feminien gender wordt gepresenteerd in de geanalyseerde artikelen. Er worden haar eigenschappen toegeschreven die vaker bij mannen – of in ieder geval mannelijke politici – worden genoemd. Ze gaat hiermee in tegen de masculiene hegemonie en kan zo gezien worden als voorvechter van het doorbreken van gendernormen en -verwachtingen. Op die manier kan zij bijdragen aan de normalisatie van vrouwen in hoge (politieke) machtsposities.

Hoewel we binnen de beeldvorming zien dat er ook enkele negatieve thema’s naar voren komen – met name het idee van Merkel als schulddrager of verrader – is het algemene beeld van Merkel over het geheel genomen grotendeels positief. Eigenschappen als ‘saaigheid’ en ‘starheid’ worden vaak genoemd en hebben een negatieve toon, maar wanneer we naar de artikelen kijken zien we dat deze persoonskenmerken in veel gevallen op latent betekenisniveau juist ook een positieve draai krijgen. Dit is vooral het geval wanneer dergelijke eigenschappen worden afgezet tegen andere (mannelijke) wereldleiders zoals Trump en Putin, een vergelijking waarbij zoals gezegd de concepten gender en

Othering een grote rol spelen.

In antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek kan dus gezegd worden dat Angela Merkel in zowel de Nederlandse als de Britse dagbladen wordt geportretteerd als starre, terughoudende en standvastige vrouw, die door enkele politieke fouten als (mede) verantwoordelijk wordt gezien voor het krimpen van de eigen partij en daarmee de opkomst van de extreemrechtse AfD. Ondanks deze fouten wordt zij afgebeeld als vrouw die de gendernormen overstijgt en zodoende een stevig anker van stabiliteit vormt in een onstuimige wereld vol opvliegende mannelijke leiders.

Tussen de Britse en Nederlandse kranten zijn enkele verschillen te onderscheiden – die alle, zoals de verwachting op basis van ander onderzoek al was, zijn te wijten aan verschillen in nationale context en politieke belangen. Dit is tevens het geval bij de populaire en kwaliteitskranten, waarbij met name het verschil in Groot-Brittannië groot is. De tabloidpers schrijft hier beduidend negatiever over Merkel, vooral in relatie tot de vluchtelingencrisis en haar houding tegenover Brexit.

Dit onderzoek heeft aangetoond dat, hoewel het beeld dat van Merkel bestond is veranderd, het algemene beeld dat van haar wordt geschetst nog steeds grotendeels positief is. Daarbij heeft dit onderzoek inzicht gegeven in hoe (politieke) ontwikkelingen in eigen land – zoals Brexit – van invloed zijn op de manier waarop er over een ander land (of in dit geval een politicus van een ander land) wordt geschreven in de pers. Verder heeft deze studie een bijdrage geleverd aan de bestaande wetenschappelijke literatuur over gender, en kan hiermee een aanknooppunt zijn voor verder onderzoek naar de relatie tussen gender, politiek en de media. Dit zou tevens maatschappelijk gezien zeer relevant kunnen zijn door de mogelijkheid de bestaande gender- hiërarchie op politieke (top)posities te verminderen.

Beperkingen en aanbevelingen

Het doel van dit onderzoek was te achterhalen welk beeld er van Angela Merkel werd gevormd in de Nederlandse en Britse dagbladen pers en op welke manier (en waarom) deze twee landen hierin verschilden. Bij kwalitatief onderzoek is de repliceerbaarheid van de studie vaak een probleem, omdat de interpretatie van de onderzoeker vaak een aanzienlijke rol speelt binnen de analyse. Hierdoor kan de onderzoeker bepaalde zaken uitlichten, die een andere onderzoeker wellicht niet zou kiezen (Boeije, 2014). Dit heeft invloed op het uiteindelijke beeld dat – in dit geval van Angela Merkel – wordt gepresenteerd. In dit onderzoek is echter geprobeerd een zo transparant mogelijk inzicht te geven in de onderzoeksmethode, het samplingproces, de sensitizing concepts en het coderen, waardoor de mogelijkheid tot replicatie is vergroot. Een andere beperking van deze studie is dat er een redelijke

kleine sample is gebruikt. Er zou wellicht een completer beeld kunnen worden verkregen als alle artikelen uit de geselecteerde dagbladen (binnen de onderzoeksperiode) waren geanalyseerd.

Een van de meest in het oog springende resultaten van dit onderzoek is het feit dat Angela Merkel zich als vrouw zo sterk tussen de traditionele genderrollen weet te manoeuvreren. Zij doet niet onder voor haar mannelijke collega's, en hoewel haar vrouwelijke eigenschappen in de artikelen wel worden genoemd wordt dit vaak juist gezien als nodige afwisseling op het politieke wereldtoneel. Binnen deze context zou het relevant zijn een vergelijking te maken tussen Merkel en andere vrouwelijke politieke leiders, om te bekijken in hoeverre gender daar wel een sterke rol speelt in de beeldvorming en hoe dit verschilt van het beeld dat van Merkel wordt gevormd. Zo zou bijvoorbeeld een comparatieve studie naar de beeldvorming van Angela Merkel en Theresa May kunnen worden gedaan om deze genderdimensie verder uit te diepen.

Bovendien kunnen de frames, die in dit onderzoek als thema's aan het licht zijn gekomen, de basis vormen voor verder kwantitatief vervolgonderzoek binnen dit onderwerp. Op deze manier kan er een grotere sample geanalyseerd worden en kunnen de resultaten gegeneraliseerd worden om zo uitspraken te doen over de gehele populatie (bijvoorbeeld "de Nederlandse en Britse dagbladenpers").

Literatuur

- Akkerman, T. (2011). Friend or foe? Right-wing populism and the popular press in Britain and the Netherlands. *Journalism*, 12(8), 931-945. DOI: 10.1177/1464884911415972
- Alasuutari, P., Qadir, A., & Creutz, K. (2013). The domestication of foreign news: news stories related to the 2011 Egyptian revolution in British, Finnish and Pakistani newspapers. *Media, Culture & Society*, 35(6), 692-707. DOI: 10.1177/0163443713491299.
- Anderson, B.R. (1983). *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Babbie, E. R. (2013). *The basics of social research*. Boston: Cengage Learning.
- Bakker, P., & Scholten, O. (2013). *Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie*. Amsterdam: Kluwer.
- Bijman, V. (2014). De opkomst van radicaal-rechts in Europa. *Duitsland Instituut*. Retrieved from: <https://duitslandinstituut.nl/artikel/9597/de-opkomst-van-radicaal-rechts-in-europa>
- Boeije, H. R. (2010). *Analysis in Qualitative Research*. Londen: Sage.
- Boeije, H. R. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Boom Lemma.
- Boterman, F. (2017). *Het land van Merkel. Duitsland 2005-2017*. Amsterdam: Uitgeverij De Arbeiderspers.
- Boterman, F. (2011). *Moderne geschiedenis van Duitsland: 1800 – heden*. Amsterdam: Singel Uitgeverijen.
- Bowen, G.A. (2006). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.1177/160940690600500304>
- Brants, K., & Bos, L. (2012). Dagbladen in de marge van de medialogica. In P. van Praag & K. Brants (Red.), *Media, macht & politiek. De verkiezingscampagne van 2012* (pp.65-85). Amsterdam: Uitgeverij AMB.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Qualitative research in psychology. *Journal of Psychology*, 3(2), 77-101.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Londen: Psychology Press.
- Clausen, L. (2004). Localizing the global: 'Domestication' processes in international news production. *Media, Culture & Society*, 26(1), 25-44. DOI: 10.1177/0163443704038203
- Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological review*, 82(6). DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0033-295X.82.6.407>

- Connell, R. W. (2014). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Coyne, I. T. (1997). Sampling in qualitative research. Purposeful and theoretical sampling; merging or clear boundaries? *Journal of advanced nursing*, 26(3), 623-630. DOI: <https://doi.org/10.1046/j.1365-2648.1997.t01-25-00999.x>
- Dekker, R., & Scholten, P. (2017). Framing the immigration policy agenda: a qualitative comparative analysis of media effects on Dutch immigration policies. *The international Journal of Press/Politics*, 22(2), 202-222. DOI: 10.1177/1940161216688323
- Devereux, E. (Ed.). (2007). *Media studies: Key issues and debates*. Californië: Sage.
- De Vreese, C.H. (2003). *Framing Europe: Television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: theory and typology. *Information Design Journal & Document Design*, 13(1), 51-62.
- De Vreese, C. H., Boomgaarden, H. G., & Semetko, H. A. (2011). (In)-direct framing effects: The effects of news media framing on public support for Turkish membership in the European Union. *Communication Research*, 38(2), 179-205. DOI: 10.1177/0093650210384934
- De Waard, M. (2017). *Angela Merkel: een politieke biografie*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532-550. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/258557>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- European Commission Eurobarometer. (2002). *Public opinion in the European Union*, 56. Brussel: Eurobarometer. Retrieved from: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/eb/eb56/eb56_en.pdf
- European Commission Standard Eurobarometer. (2015). *Public opinion in the European Union*, 83. Brussel: Eurobarometer. Retrieved from: http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/eb/eb83/eb83_first_en.pdf
- Ferree, M. M. (2006). Angela Merkel: What does it mean to run as a woman?. *German Politics and Society*, 24(1), 93-107. DOI: <https://doi.org/10.3167/104503006780935315>
- Finley, N. J. (2010). Skating femininity: Gender maneuvering in women's roller derby. *Journal of contemporary ethnography*, 39(4), 359-387. DOI: 10.1177/0891241610364230
- Fürsich, E. (2010). Media and the representation of others. *International Social Science Journal*, 61, 113-130. DOI: 10.1111/j.1468-2451.2010.01751.x

- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90. DOI: <https://doi.org/10.1177/002234336500200104>
- Greussing, E., & Boomgaarden H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-16. DOI: 10.1080/1369183X.2017.1282813
- Gurevitch, M., Levy, M.R., & Roeh, I., (1991). The global newsroom: convergences and diversities in the globalisation of television news. In: Dahlgren, P. & Sparks, C. (ed.). *Communications and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age* (pp. 195-216). London: Routledge.
- Harcup, T., & O'Neill, D., (2001). What is news? Galtung and Ruge Revisited. *Journalism Studies* 2(2), 261-280. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harcup, T. & O'Neill, D.,(2009). News values and selectivity. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Red.), *The handbook of journalism studies* (pp. 161-174). New York: Routledge.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is news?, *Journalism Studies*. 18(12), 1470-1488. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Hopkins, T. K., & Wallerstein, I. M. (1996). *The age of transition: Trajectory of the world system, 1945-2025*. Palgrave Macmillan.
- Johnson, M.A. (1997). Predicting news flow from Mexico. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(2), 315-330. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769909707400206>
- Jürgens, H. (2013, September). Hoe Duitsland ons grote voorbeeld werd. *Duitsland Instituut*. Retrieved from <https://duitslandinstituut.nl/artikel/2979>
- Krijnen, T., & Van Bauwel, S. (2015). *Gender and media: Representing, producing, consuming*. Londen: Routledge.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago press.
- Langer, A.I. (2007). A Historical Exploration of the Personalisation of Politics in the Print Media: The British Prime Ministers (1945-1999). *Parliamentary Affairs*, 60(3), 371-387. DOI: 10.1093/pa/gsm028

- Lucassen, L., & Lucassen, J. (2015). The strange death of Dutch tolerance: The timing and nature of the pessimist turn in the Dutch migration debate. *The Journal of Modern History*, 1, 72-101. DOI: 10.1086/681211
- Maier, A. (2018, 25 april). Waarom juist de Oost-Duitsers Angela Merkel haten: Eén van ons? Nu niet meer! *De Groene Amsterdammer*. Retrieved from <https://www.groene.nl/artikel/een-van-ons-nu-niet-meer>
- Maso, I., & Smaling, A. (1998). *Kwalitatief onderzoek: praktijk en theorie*. Amsterdam: Boom.
- Matthes, J. (2009). What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367. DOI: <https://doi.org/10.1177/107769900908600206>
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of communication*, 58(2), 258-279. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.00384.x
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Qualitative Social Research*, 1(2). Retrieved from: <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/02-00mayring-e.html>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. DOI: <https://doi.org/10.1086/267990>
- McLeod, D. M., & Detenber, B. H. (1999). Framing effects of television news coverage of social protest. *Journal of communication*, 49(3), 3-23. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02802.x>
- Mushaben, J.M. (2017). *Becoming Madam Chancellor: Angela Merkel and the Berlin Republic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nelson, T. E., Oxley, Z. M., & Clawson, R. A. (1997). Toward a psychology of framing effects. *Political behavior*, 19(3), 221-246. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1024834831093>
- Oakley, A. (1998). Gender, methodology and people's ways of knowing: Some Problems with Feminism and the Paradigm Debate in Social Science. *Sage Journals*, (32)4, 707-731. Retrieved from <https://www.cambridge.org/core/journals/sociology/article/gender-methodology-and-peoples-ways-of-knowing-some-problems-with-feminism-and-the-paradigm-debate-in-social-science/6DBAAC40800A2D116478295CD7F97DC3>
- Orgad, S. (2012). *Media, representation and the global imagination*. Cambridge: Polity.
- Paterson, T. (2010, 11 april). The Iron Frau: Angela Merkel. *The Independent*. Retrieved from: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-iron-frau-angela-merkel-1941814.html>
- Patton M.Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*, 2nd edn. California: Sage.

- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism, 13*(2), 221-239. DOI: 10.1177/1464884911427803
- Ribberink, A. (2009). Waren zij wel bekwaam?-Twee vrouwelijke premiers in het Westen in de late twintigste eeuw. *Tijdschrift voor Geschiedenis, 122*(2), 208-222. DOI: <https://doi.org/10.5117/TVGESCH2009.2.RIBB>
- Richter, L.K. (1990). Exploring Theories of Female Leadership in South and Southeast Asia, *Pacific Affairs* 63. 524-540. DOI: 10.2307/2759914
- Ruigrok, N., Van Atteveldt, W., Gagestein, S., & Jacobi, C. (2017). Media and juvenile delinquency: A study into the relationship between journalists, politics, and public. *Journalism, 18*(7), 907-925, DOI: 10.1177/1464884916636143.
- Schaap, G., & Pleijter, A. (2012). Het sensatiegehalte van voorpaginafoto's: Een inhoudsanalyse van populaire en kwaliteitskranten in Nederland. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap, 40*(1), 71. Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/f44335c5a4175d02426398ed6075a805/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026495>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of communication, 49*(1), 103-122. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Scholten, O., Ruigrok, N., & Persinstituut, S. H. (2006). Politiek en politici in het nieuws in vijf landelijke dagbladen. *Stichting het Persinstituut de Nederlandse Nieuwsmonitor, UvA*. Retrieved from https://pure.uva.nl/ws/files/2143949/40993_politiek20058.pdf
- Schreier, M. (2013). Qualitative content analysis. In U. Flick (Ed.), *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, pp. 170-183. Londen: Sage Publications.
- Shoemaker, P. J., Lee, J. H., Han, G., & Cohen, A. A. (2007). Proximity and scope as news values. *Media studies: Key issues and debates, 231-248*.
- Staszak, J.F. (2008). Other/Otherness. *International Encyclopedia of Human Geography*. Retrieved from <http://www.unige.ch/sciences-societe/geo/files/3214/4464/7634/OtherOtherness.pdf>
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Washington: Sage Publications.
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Information (International Social Science Council), 13*(2), 65-93. Retrieved from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/053901847401300204>

- Tang, P.J.G., (2016). EU sterker met Groot-Brittannië. *Politieke Monitor*. Retrieved from:
<https://www.politiekemonitor.nl/9353000/1/j9vvioaf0kku7zz/vk54bnq1cyzg>
- Thompson, M.R. & Lennartz, L., (2006). The making of chancellor Merkel. *German Politics* 15(1), 99-110.
 DOI: 10.1080/09644000500535037
- Tresemmer, D. (1975), Assumptions Made About Gender Roles. *Sociological Inquiry*, 45, p.308–339.
 DOI: 10.1111/j.1475-682X.1975.tb00340.x
- Van Aelst, P. Sheaffer, T. & Stanyer, J. (2011). The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13, 203-220.
 DOI: 10.1177/1464884911427802
- Van Atteveldt, W. H. (2008). *Semantic network analysis: techniques for extracting, representing, and querying media content*. Retrieved from
http://vanatteveldt.com/p/vanatteveldt_semanticnetworkanalysis.pdf
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507. DOI:
 10.1177/0267323105058253
- Van Gorp, B. (2006). *Framing asiel: indringers en slachtoffers in de pers*. Leuven: Acco.
- Van Gorp, B. (2007). Het reconstrueren van frames via inductieve inhoudsanalyse: uitgangspunten en procedures. *Kwalon*, 35(2), 13-18. Retrieved from:
<http://repository.uhn.ru.nl/bitstream/handle/2066/56221/56221.pdf>
- Van Santen, R., & Van Zoonen, L. (2009). Stand van de wetenschap: popularisering en personalisering in politieke communicatie. *Tijdschrift voor Communicatie wetenschap*. 155-176. DOI:
 10.1347/tijd.37.2.155
- Van Zoonen, L. (2006). The personal, the political and the popular. A woman's guide to celebrity politics. *European Journal of Cultural Studies* 9(3), 287-301. DOI: 10.1177/1367549406066074
- Vick, K. (2015). Person of the year: Chanchellor of the free world. *Time Magazine*. Retrieved from:
<http://time.com/time-person-of-the-year-2015-angela-merkel/>.
- Vis, J.C.P.M, & Moldenhauer, G. (2000). *Nederland en Duitsland: elkaar kennen en begrijpen*. Gorcum: Uitgeverij van Gorcum.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & society*, 1(2), 125-151. DOI:
<https://doi.org/10.1177/0891243287001002002>
- Westerståhl, J., & Johansson, F. (1994). Foreign news: News values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9(1), 71-89. DOI: <https://doi.org/10.1177/0267323194009001004>

- Wiliarty, S.E. (2008). Chancellor Angela Merkel – A sign of hope or the exception that proves the rule?, *Politics and Gender*, 4(3), 485-496. DOI: 10.1017/S1743923X08000391.
- Wu, H. D. (2000). Systemic determinants of international news coverage: A comparison of 38 countries. *Journal of communication*, 50(2), 110-130. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02844.x>

Appendix 1: Data

Nederlandse kwaliteitskranten

NRC

Bondsdagverkiezingen: gezaghebbende stem Merkel voor Europa van geopolitiek belang. (2017, 3 september). *NRC*.

Eijsvogel, J. (2017, 9 september). De verleidelijke saaiheid van politici. *NRC*.

Eijsvogel, J. (2017, 16 september). Het Duitse humeur na twaalf jaar Merkel. *NRC*.

Eijsvogel, J. (2017, 23 september). Ook winst kan voor Merkel een domper zijn. *NRC*.

Eijsvogel, J. (2017, 25 september). Een ander land door vluchtelingen. *NRC*.

Jürgens, H. (2017, 26 september). Merkels vierde termijn vraagt Nederlandse steun binnen Europa. *NRC*.

Trouw

De Boer, M. (2017, 20 september). Frans Duitse as kan druk zetten op relatie Rutte-Merkel. *Trouw*.

Van de Poll, W. (2017, 4 september). Debat Merkel-Schulz vlamt zelden. *Trouw*.

Van de Poll, W. (2017, 14 september). Merkel zwijgt Schulz dood. *Trouw*.

Van de Poll, W. (2017, 23 september). Duitser woont 'goed en graag' in Merckelland. *Trouw*.

Van de Poll, W. (2017, 25 september). Angela Merkel wint, maar het voelt als verliezen. *Trouw*.

Van de Poll, W. (27 september, 2017). Merkels opties zijn beperkt. *Trouw*.

de Volkskrant

Eppink, D.J. (2017, 27 september). Merkel oogst een zwarte zondag. *de Volkskrant*.

Lindhout, S. (2017, 16 september). Het broeit onder de warme deken van Merkel. *de Volkskrant*.

Lindhout, S. (2017, 21 september). Brullen en fluiten tegen Merkel. *de Volkskrant*

Lindhout, S. (2017, 23 september). Effectief Merkelen in 12 stappen. *de Volkskrant*.

Peeperkorn, M. (2017, 25 september). EU blij met Merkels zege na angstjaar. *de Volkskrant*.

Remarque, P. (2017, 23 september). Merkel. *de Volkskrant*.

Nederlandse populaire kranten

Algemeen Dagblad

- Van 't Hof, G. (2017, 4 september). Merkel en Schulz zien niets in Turkije bij de EU. *Algemeen Dagblad*.
- Van 't Hof, G. (2017, 22 september). Boze Duitser maakt opmars. *Algemeen Dagblad*.
- Van 't Hof, G. (2017, 23 september). Merkel op naar ronde 4: 'Mijn emoties tellen niet'. *Algemeen Dagblad*.
- Van 't Hof, G. (2017, 25 september). Hoe nu verder? *Algemeen Dagblad*.
- Van 't Hof, G. (2017, 26 september). De AfD kwam, zag en ... ruziede. *Algemeen Dagblad*.
- Van 't Hof, G. (2017, 30 september). Schäuble: de man die de AfD in toom moet zien te houden. *Algemeen Dagblad*.

De Telegraaf

- Duitsland nu wereldmacht. (2017, 16 september). *De Telegraaf*.
- Duitsers stemmen over Merkel. (2017, 23 september). *De Telegraaf*.
- Merkel herkozen. (2017, 25 september). *De Telegraaf*.
- Merkel wordt gehaat. (2017, 9 september). *De Telegraaf*.
- Savelberg, R. (2017, 26 september). Merkel met liberalen en Groenen. *De Telegraaf*.
- Wanhopige SPD begint met moddergooien naar Merkel (2017, 15 september). *De Telegraaf*.

Britse kwaliteitskranten

The Guardian

- Boffey, D. & Henley, J. (2017, 25 september). Merkel's poll win unlikely to make much difference to Brexit, analysts say; Brexiters' hopes that re-elected German chancellor would back favourable deal for UK at a cost to the single market may be misplaced. *The Guardian*.
- Connely, K. (2017, 27 september). German finance minister Wolfgang Schäuble to be Bundestag speaker. *The Guardian*.
- Nougaryrede, N. (2017, 25 september). Merkel must strike a deal. Europe's future depends on it. *The Guardian*.
- Olterman, P. (2017, 25 september). German elections left Merkel isolated, but it is too soon to write her off; The CDU may have had its worst election result since 1949, but the chancellor has been here before and pulled through. *The Guardian*.

The Guardian view on Germany's election: slow and steady; Angela Merkel is fighting a campaign almost entirely on domestic issues, but the results are vital to the rest of Europe. (2017, 17 september). *The Guardian*.

The Guardian view on Germany's elections: Merkel's victory; It is worrying that a xenophobic nationalist party will have a parliamentary presence but the mainstream parties will dominate the government. (2017, 24 september). *The Guardian*.

The Independent

Farand, C. (2017, 18 september). Merkel draws support from young voters with 'cool' factor in election race. *The Independent*.

Farand, C. (2017, 23 september). 'People want an alternative, but they can't find one'; As Angela Merkel coasts towards a likely fourth German election win, supporters of her ailing coalition partners the SPD say her domination has undermined democracy. *The Independent*.

O'Grady, S. (2017, 25 september). Troubling German election results prove far right is by no means dead in Europe. *The Independent*.

Stone, J. (2017, 24 september). German elections: Far-right wins MPs for first time in half a century; AfD has entered Parliament, with Merkel set to return as Chancellor. *The Independent*.

Stone, J. (2017, 24 september). German election: Angela Merkel 'will listen to far-right AfD voters' as she wins fourth term; The Chancellor said she would try and solve the problems of AfD voters. *The Independent*.

Stone, J. (2017, 24 september). German far right prepares to enter Bundestag for first time in over half a century. *The Independent*.

The Times

Boyes, R. (2017, 30 september). A million problems for Merkel to solve; The success of the far-right AfD in Germany's elections makes integrating the country's migrants an urgent task - but can it be done, Roger Boyes asks. *The Times*.

Charter, D. (2017, 4 september). Merkel's refugee policy under fire in key election debate. *The Times*.

Charter, D. (2017, 8 september). Merkel loses backing of Germany's 2m Russian voters. *The Times*.

Charter, D. (2017, 23 september). Rise of hard right taints Merkel's cruise to victory. *The Times*.

Charter, D. (2017, 28 september). Merkel sacrifices old ally to tempt coalition partner. *The Times*.

Merkel's Marathon; Anxious Germans are poised to return the chancellor to power but she cannot

ignore the rumblings of discontent about migrant integration. (2017, 21 september). *The Times*.

Britse populaire kranten

Daily Mail

Allen, P. & Stevens, J. (2017, 27 september). Macron reveals grand plan for reforming EU: even more EU! *Daily Mail*.

Almond, M. (2017, 24 september). An earthquake – and an echo of the 1930s. *Daily Mail*.

Doyle, J. (2017, 26 september). Merkel partners could boost Brexit. *Daily Mail*.

Hall, A. & Martin, D. (2017, 25 september). Far right revival as Merkel pays for letting in a million migrants. *Daily Mail*.

Hall, A. (2017, 26 september). Far right revival as Merkel pays for letting in a million migrants. *Daily Mail*.

Sandbrook, D. (2017, 26 september). Germany tin-eared rules ignored fears of their own people – and now they're reaping a far right whirlwind. *Daily Mail*.

The Sun

Awford, J., Hyatt, E. & Knox, P. (2017, 24 september). Merkel's back: German federal election results 2017 –Angela Merkel wins fourth term as far-right AfD enters parliament. *The Sun*.

Cole, H. (2017, 26 september). Vote hits Brexit, Angela Merkel's party losing 60 seats dashes hopes of breaking Brexit deadlock. *The Sun*.

Kavanach, T. (2017, 4 september). Angela Merkel is set to return as Europe's most powerful leader despite doing nothing at every political crisis. *The Sun*.

Lockett, J. (2017, 24 september). Far-right gains by Alternative for Germany and protest cast shadow over Angela Merkel's German general election win. *The Sun*.

O'Neill, B. (2017, 26 september). It's not the return of Nazi's.. it's the voice of people Angela Merkel ignored. *The Sun*.

Webb, S. (2017, 25 september). We need change: German AFD party vows to fight 'foreign invaders' after election success... but not before co-leader sensationally quits. *The Sun*.

Appendix 2: Kernthema's

| 1. "Op de persoon spelen" |
|---------------------------|
| Merkel als standvastig |
| Merkel als terughoudend |
| Merkel en gender |

| 2. "Merkel en het politieke" |
|---------------------------------|
| Merkel als boegbeeld van Europa |
| 'Wir schaffen das' |
| Internationale betrekkingen |

| 3. "Schuld en Verraad" |
|--------------------------|
| Merkel en de schuldvraag |
| Merkel als verrader |

| 4. "Merkel als baken van evenwichtigheid in een wereld van politieke chaos" |
|---|
| Verzwakt maar nog steeds de grootste |
| Stabiliteit |
| Tegenstelling met andere politieke leiders |

Appendix 3: Codeboom

| <i>Open codering</i> | <i>Axiale codering</i> | <i>Selectieve codering</i> |
|--|------------------------|------------------------------------|
| <i>Thema 1</i> | | |
| Niet van de wijs te brengen | | |
| Stabiliteit | | |
| Harde politicus | | |
| Standvastig | | |
| Dapper | | |
| Geroutineerd/ervaren | | |
| Machtig | | |
| Gedreven | | |
| Moedig | | |
| Rustig/harmonieus | | |
| Uitgesproken | | |
| Star (niet open voor verandering) | 1.1 Standvastigheid | |
| Ambitieus | | |
| Onverstoorbaar | | |
| Niet van de wijs te brengen | | |
| Pragmatisch | | |
| “Overlever” | | |
| Bij standpunt blijvend | | |
| Sterke normen en waarden | | |
| Strijdlustig | | |
| Onveranderlijk | | |
| Eigenzinnig | | |
| | | |
| Afwachtend | | |
| Bescheiden | | |
| Behoedzaam | | |
| Nuance | | |
| Weinig vernieuwend | | |
| Saai | | |
| Rust/voorspelbaarheid | | |
| Traag | | |
| Voorzichtig | | |
| Merkel als natuurkundige (Opleiding; verleden) | | |
| Ongemakkelijke houding | | |
| Kalmte | 1.2 Terughoudendheid | Thema 1: “Het persoonlijke” |
| Suffe kleding | | |
| Eenvoudig | | |
| Nuchter | | |

| | | |
|---|------------|--|
| Hoge leeftijd van man (en merkel) | | |
| Conservatief | | |
| Veilige middenweg | | |
| Stagnerend | | |
| Beslissingen afwegend | | |
| Risico afwerend | | |
| Confrontatie ontwijkend | | |
| Veilige middenweg | | |
| | | |
| Bekommerend | | |
| Mutti Merkel | | |
| Zakelijk | | |
| Harde werker | | |
| Merkel als vrouw | | |
| Sluwe politicus | | |
| Onderschat als vrouw | | |
| Tactisch | | |
| Betrokken | | |
| Onpersoonlijk/hard | | |
| Onpersoonlijk | | |
| Sterke politicus | | |
| Enige vrouw tussen mannen | | |
| Ondoordacht | | |
| Strategische politicus | | |
| Impulsief | | |
| Onderschat door Kohl | 1.3 Gender | |
| Kohls Madchen | | |
| Merkel laat zich niet imponeren door mannen | | |
| Rationeel | | |
| Verwijzing naar Kohl affaire | | |
| Vergelijking Kohl (langzittende leider) | | |
| Vergelijking May & Thatcher | | |
| Vergelijking May | | |
| Kohl als mentor | | |
| Kohl als voorganger | | |
| Kohls protege | | |
| Inschikkend | | |
| Vergelijking Thatcher | | |
| | | |
| <i>Thema 2</i> | | |
| Voorvechter EU | | |
| Leider EU | | |
| Machtigste van EU | | |

| | | |
|---|---------------------------------|----------------------------------|
| Bij elkaar houden EU | 2.1 Europa | |
| Frans-Duitse as | | |
| Band met Macron | | |
| Boegbeeld EU | | |
| Leidersfunctie EU | | |
| | | |
| 'Wir schaffen das' als fout | | |
| 'Wir schaffen das' | | |
| Grenzenpolitiek | | |
| Opnemen voor de vluchtelingen | | |
| Verzwakt (door vluchtelingen besluit) | 2.2 Vluchtelingencrisis | Thema 2: "het poilitieke" |
| Vluchtelingenbeleid als afwijkend | | |
| Positief over 'Wir schaffen das' | | |
| | | |
| | | |
| Goede relatie tussen NL & DUI | | |
| Gevolgen verkiezing Merkel voor Nederland (negatief) | | |
| Merkel en slechte/afstandelijke band met Duitse volk) | | |
| Gevolgen voor EU | | |
| Rol Nederland in EU | | |
| Belangen Nederland in EU | | |
| Niet op 1 lijn met volk | 2.3 Internationale betrekkingen | |
| Ondergeschikte rol NL aan DUI | | |
| Gevolg NL/ relatie NL-DUI | | |
| Gevolg GB en Brexit | | |
| Goede Relatie GB- DUI | | |
| Band met Macron | | |
| Slechte relatie GB-DUI | | |
| Arrogantie (tegenover GB) | | |
| Sterke band Merkel en Macron | | |
| | | |
| <i>Thema 3</i> | | |
| Schuld vluchtelingenproblematiek & financiële crisis | | |
| Schuld vluchtelingenproblematiek | | |
| Schuld van eigen verlies | | |
| Schuld financiële crisis | | |
| Schuld politieke chaos | 3.1 Schuldvraag | |
| Schuld opkomst AfD | | |

| | | |
|---|--|---|
| Schuld krimpen eigen partij | | |
| Schuld Brexit | | |
| Schuld kapotmaken eigen partij | | |
| Merkel als wraakvol | | |
| | | Thema 3: "Schuld en Verraad" |
| Verraad voormalig DDR | | |
| Vluchtelingen boven eigen volk | 3.2 Verraad | |
| DDR verleden Merkel | | |
| | | |
| <i>Thema 4</i> | | |
| Fouten gemaakt maar nog steeds beste keus | | |
| Grootste maar verzwakt | | |
| Ervaren | | |
| Geen makkelijke carrière gehad (verleden) | | |
| Sterke leider | | |
| Verantwoordelijkheid/ plichtsbesef | 4.1 Verzwakt maar nog steeds de grootste | |
| Nog steeds stabiele positie | | |
| Leider van het westen | | |
| Goede/sterke uitgangspositie | | |
| Verzwakte positie maar nog steeds aan top | | |
| Leider westerse wereld | | |
| Verzwakte positie | | |
| Merkel als wereldleider | | |
| Merkel als cool | | |
| Minder bewegingsruimte | | |
| Gesteund door jongeren | | |
| Merkel als grote persoonlijkheid | | |
| | | |
| Stabiliteit van wereldleider | | |
| Betrouwbaarheid | | |
| Evenwichtig | | |
| Verantwoordelijk | | |
| Optimistisch | | |
| Stabiliteit | | |
| Stabiliteit in onstabiele tijden/wereld | 4.2 Stabiliteit | Thema 4: "Merkel al baken van evenwichtigheid in een wereld van politieke chaos" |
| Langzittende leider | | |
| Onverschrokken | | |
| Populaire leider | | |
| Rust in onrustige wereld | | |
| Continuïteit | | |

| | | |
|--|--|--|
| Betrouwbaarheid in verder onrustige wereld | | |
| | | |
| Tegenstelling Trump | | |
| Vergelijking Trump | | |
| Vergelijking Trump & Brexit | | |
| Tegenstellingen | | |
| Tegenhanger Trump, Putin en Erdogan | 4.3 Tegenstelling andere politieke leiders | |
| Enige verstandige onder andere politici | | |
| | | |
| Overige codes | | |
| Rode kleding | | |
| Merkel als gevaar | | |
| Nuchterheid | | |
| Persoonscultus | | |
| Eigenzinnig/zelfspot | | |
| Merkel als menslievend | | |
| Merkel als humanitair | | |
| Betrokkenheid bij Duitse volk | | |
| Goede intenties | | |
| Merkel niet enige schuldige (in groter geheel) | | |
| Utopische ideeën Merkel | | |

Appendix 4: Codeervoorbeeld

Lindhout, S. (2017, 23 september). Effectief 'Merkelen' in 12 stappen. *De Volkskrant*.

LENGTH: 1526 woorden

Angela Merkel (63) is een van de machtigste vrouwen ter wereld, en volgens sommigen zelfs de leider van het Vrije Westen. Zondag stevent ze af op haar vierde verkiezingsoverwinning. Hoe doet ze dat?

Merkel als machtig

1. Beloof weinig

Angela Merkel is de koningin van het verwachtingsmanagement. Of het nu over Duitse coalitiebesprekingen gaat of een Europese top, ze doet nauwelijks beloften van tevoren zodat ze achteraf aangenaam verrast kan constateren dat er toch veel is gelukt. In dit opzicht leerde ze van haar eigen fouten. Tijdens haar tweede termijn als kanselier beloofde ze stellig dat er vóór eind 2013 een handelsverdrag tussen de EU en de VS zou liggen. Dat is nooit gelukt en dat heeft haar lang achtervolgd. In haar verkiezingstournee deed ze voorzichtig over het stoppen van migratie uit Afrika. 'Zoiets gaat in kleine stapjes, het is boren in een dikke plank.'

Voorzichtig/weinig vernieuwend

2. Deel je recept voor aardappelsoep

Het was een opwindend moment in Merkels verkiezingscampagne: de kanselier onthulde in Bunte, de Duitse Libelle, hoe zij de perfecte aardappelsoep bereidt.

Merkel als vrouw (gender)

'Ik stamp de aardappelen met een stamper en niet met een pureermachine, zodat in de substantie nog kleine stukjes overblijven' - de wetenschapper in Merkel is nooit ver weg. Ze laat zo de Duitsers steeds weer op een geloofwaardige manier zien dat het kanselierschap haar niet naar de bol is gestegen. Boodschappen doet ze ook vaak zelf. Daarover zei ze in een interview: 'Ik let erop dat ik alle levensfuncties nog beheers.'

Nuchter

3. Treuzel tactisch

In Duitsland heet het 'merkelen': lange tijd geen knopen doorhakken op ingewikkelde politieke dossiers, zich vooral niet vastleggen, pas handelen als de nood aan de man is. Merkels trage en voorzichtige manier van politiek bedrijven is haar handelsmerk. 'Merkiavelli', noemde de Duitse socioloog Ulrich Beck het.

Voorzichtig

Hij wees erop dat het soms goed werkt. Zo heeft Merkels laatste regering meer Europees beleid uitgevoerd dan de voorgangers, en dat in een periode van groeiende eurosceptis. Dat deed ze door

Merkel als tactisch politicus

veranderingen te doseren en ook steeds begrip te tonen voor het Duitse eigenbelang.

4. Blijf in het openbaar achter je beslissingen staan

'Wir schaffen das.' Merkel bleef het na die eerste keer, op 31 augustus 2015, herhalen. Hoe harder de kritiek klonk, ze bleef het zeggen. Ze wilde laten zien dat ze achter haar eigen besluit stond, consequent en onbevreesd. Ondertussen begon de regering in het najaar al strengere asielwetten voor te bereiden. De woordvoering daarover liet ze over aan haar minister van Binnenlandse Zaken. Ook begon ze in Europees verband de Turkije-deal met Erdogan voor te bereiden. Zo bracht ze subtiele veranderingen aan in haar 'Wir schaffen das'-verhaal. Nu klinkt: ik sta nog steeds achter mijn beslissing om de grenzen te openen, maar een situatie als die in de zomer van 2015 mag en zal niet opnieuw voorkomen.

Standvastig

5. Laat je onderschatten

Merkel is lang onderschat, vooral door mannen en van die nood heeft ze een deugd gemaakt. Het bekendste voorbeeld is Helmut Kohl. 'Zijn meisje', zoals hij Merkel ooit noemde, greep een schandaal over illegale donaties aan om haar leermeester meedogenloos de tent uit te werken. Net na Merkels eerste verkiezingswinst in 2005 kwam de Britse premier Tony Blair op de thee. Merkel legde hem een lijst van tien problemen voor waar ze als groentje mee worstelde, schrijft Matthew Qvortrup in Angela Merkel, Europe's Most Influential Leader. Het eerste probleem was haar gebrek aan charisma. Met deze nederige houding vleide Merkel de ervaren Blair zo, dat ze de kiem legde voor een goede samenwerking.

Merkel onderschat als vrouw

6. Voer het beleid van je politieke tegenstanders uit

Het homohuwelijk, het minimumloon, de strengere asielwetten, de nieuwe Duitse Leitkultur. Het zijn allemaal ideeën die niet afkomstig zijn van Merkel of haar partij, maar die wel door haar regering zijn uitgevoerd. Ze is een ster in het onschadelijk maken van de concurrentie door hun plannen te kopiëren. De SPD had het homohuwelijk in juni tot een voorwaarde voor een toekomstige coalitie met Merkel verheven. Een week later was het Duitse homohuwelijk een feit, met dank aan Merkel. Ze laat trouwens elke week een geheime representatieve peiling uitvoeren over de vraag wat de Duitsers bezighoudt. Ze schijnt veel van haar beslissingen op die peiling te baseren.

Merkel strategisch als politicus

7. Volhard in het niet cool zijn, want het wordt vanzelf cult

De Merkel-ruit is het beste voorbeeld. Het driehoekje dat ze met haar handen maakt om zichzelf een houding te geven, gold ooit als deel van haar gebrekkige presentatie.

Ongemakkelijke houding (ongemakkelijkheid)

Het is verheven tot Merkels eigen iconografie. Hetzelfde geldt voor de

Saatheid

vakantiefoto's uit Zuid-Tirol die de paparazzi elke zomer maken van Merkel en haar echtgenoot Joachim Sauer in hun vormeloze vrijetijdskloffies.

Na jaren van spot, is de teneur van de commentaren omgeslagen naar bewondering: Merkel doet waar ze zelf zin in heeft. En ze heeft zelfspot. Een paar jaar geleden vertelde ze de Süddeutsche Zeitung over haar kinderdroom kunstschaatser te worden: 'Ik was zo slecht, dat alle sporten me werden afgeraden.'

Eigenzinnig

8. Zwijgen is goud

Merkel is meesteres in zelfbeheersing. Op het moment dat een andere politicus van pure ergernis al lang een sneer zou hebben uitgedeeld, blijft ze kalm - zij het soms met dichtgeknepen ogen en opeen geperste lippen. Merkel reageert zelden impulsief. Als ze iets moet zeggen, doet ze het later, als ze erover heeft kunnen nadenken. Maar Merkel staat er ook om bekend haar mimiek bij minder officiële aangelegenheden graag de vrije loop te laten. De beelden van haar rologen tegen de Russische president Poetin, aan het buffet bij de G20, waren een instant internethit.

Beheersd

9. Hou je (mogelijke) tegenstanders nabij

Hoe omstredener de wereldleider, hoe assertiever de bondskanselier, zo lijkt het. Poetin, Erdogan, Orbán, Modi, koning Salman van Saoedi-Arabië. Allemaal heeft Merkel ze in 2017 gesproken. Haar bezoeken aan dictators of semidictators komen haar op veel binnenlandse kritiek te staan. Dan legt ze altijd uit dat zij in gesprek blijven verkiest boven zwijgen of oorlog. Bovendien schuwt ze kritische confrontaties over mensenrechten of democratie niet. Als Merkel optreedt in de Champions League van de macht, doet ze dat rustig en onverschrokken. En ze lijkt te genieten van het tactische spel. Toen Trump deze zomer Duitsland er steeds van langs gaf over het exportoverschot, ontmoette Merkel twee keer president Xi om de Chinees-Duitse handelsbanden aan te halen.

Onverschrokken

10. Blijf exclusief

Bij aanslagen is het verschil het duidelijkst: Franse presidenten laten zich altijd stante pede naar de plek des onheils vliegen, Merkel hult zich eerst in stilzwijgen. Ja, haar voorlichter tuitert zijn medeleven. Maar op de reactie van de kanselier zelf is het altijd wachten. Maar als ze dan spreekt, neemt ze er de tijd voor en is het hele land achteraf toch onder de indruk. Ze reageert niet op ieder wisewasje: sommige beledigingen van Erdogan laat ze onbesproken, ze gaat ook niet altijd in op aantijgingen door de AfD. Een stil machtsvertoon. Op die manier is de kracht van haar woorden en optredens niet aan inflatie onderhevig.

Afwachtend

11. Verontwaardigd? spreek 'Klartext'.

Merkel is in twaalf jaar kanselierschap nooit betrap op een ongecontroleerde woedeaanval. 'Das geht ja gar nicht!', zei Merkel in 2013, nadat ontdekt was dat de NSA haar mobiele telefoon afluisterde. De Duitse pendant van 'dat kan écht niet', is haar favoriete zin in situaties waarin ze het niet nodig vindt diplomatiek te zijn. Ze is er dan van overtuigd dat haar verontwaardiging terecht is, of in elk geval door een groot deel van haar publiek zal worden gedeeld. Dan vindt ze er geen doekjes om. Ze zei het laatst nog, naar aanleiding van de uitspraak van AfD-voorman Alexander Gauland dat de sociaal-democratische politica Aydan Özoğuz 'moest worden verwijderd naar Anatolië'.

Uitgesproken

12. Blijf wakker!

Berlijn - Kiev - Berlijn - Moskou - München - Berlijn - Washington - Ottawa - Berlijn - Minsk - Brussel. Dit was in februari 2015 het weekschema van Angela Merkel, midden in de Oekraïne-crisis die ze probeerde op te lossen. Hoe houdt ze zoiets vol? Weinig alcohol en veel vers fruit, schijnt haar geheim te zijn. Maar vooral: een pragmatische omgang met slaap, even tien minuten een powernap pakken in de auto. Het uithoudingsvermogen van Merkel is berucht, vooral in Brussel. Diep in een nachtelijke vergadersessie, als haar Europese collega's allang sluimerend in de touwen hangen, maakt zij het verschil met gedetailleerde dossierkennis.

Gedreven

