

Landen en de daarbij behorende bevolkingen hebben zeer uiteenlopende identiteiten. In de eerste instantie kan gedacht worden dat landen die dicht bij elkaar liggen erg vergelijkbaar zijn op het gebied van identiteit, echter is dit niet waar. De ligging, de weersomstandigheden en het landschap hebben namelijk zeer weinig invloed op de identiteit van het land. De oude tradities, normen en waarden en verschillende etniciteiten binnen het land drukken voornamelijk de stempel. (Dellner, 2014) Nederland heeft een uitgesproken identiteit. Zo staan wij als volk bekend als zeer individualistisch, vrijzinnig en anti-hiërarchie. Dit staat vrijwel haaks op bijvoorbeeld buurland Duitsland, waar juist hiërarchie en groepsgedrag tekenend zijn voor de Duitse bevolking. (Hofstede Insights, 2020)

Wanneer er een crisis met een grote impact plaatsvindt, kijken mensen direct naar het overheidsorgaan voor informatie en advies van diens hand. Hoe en in hoeverre de overheid informatie en advies verschaft, is sterk afhankelijk van de identiteit van het land. (Coombs, 2006) De Nederlandse bevolking verwacht van het overheidsorgaan dat zij de bevolking begeleiden en zo goed mogelijk informeren, transparantie is belangrijk voor de Nederlandse bevolking. (Hofstede, 2003) Daarom wordt het advies en de informatie, de boodschap die overgebracht moet worden, heel zorgvuldig gevormd zodat deze conform verwachting van de bevolking is. Het bewust opstellen van een boodschap op basis van kernwaarden van je doelgroep wordt ook wel *framing* genoemd (Chong & Druckman, 2007). De vraag die in dit hoofdstuk centraal staat is de volgende:

“Hoe is framing ingezet door de Nederlandse overheid bij het gebruik van de ‘intelligente lockdown’ en wat is hier het effect van op de Nederlandse bevolking?”

Toen de COVID-19-pandemie in Brabant voor een grote uitbraak zorgde, kwam minister-president Mark Rutte kort daarna met een persconferentie waarin hij de nieuwe maatregelen aankondigde. Nederland zal in lockdown gaan, echter niet in volledige lockdown. Nederlanders wordt gevraagd zoveel mogelijk thuis te blijven, maar de vrijheid om naar buiten te mogen blijft, zo luidde het advies. Mark Rutte noemde het een ‘intelligente lockdown’. (Ministerie van Algemene Zaken, 2020) De maatregelen in Nederland waren heel anders dan in veel Europese (buur)landen. Veel van hen gingen in een volledige lockdown, waar weinig ruimte was voor

persoonlijke vrijheid (NOS, 2020a). Dit hoofdstuk heeft als doel om inzicht te geven hoe de Nederlandse overheid *framing* heeft ingezet door gebruik te maken van de intelligente lockdown. Er zal gekeken worden in hoeverre dit aansluit bij de kernwaarden van de Nederlandse bevolking en wat de gevolgen daarvan zijn.

In dit onderzoek wordt er voornamelijk naar de volgende concepten gekeken: *framing*, *high lighting*, *belief system*, cultuurdimensies en de daaruit voortvloeiende Nederlandse kernwaarden. Aan de hand van een literatuuronderzoek worden deze begrippen gekoppeld aan het beleid dat de Nederlandse overheid heeft uitgevoerd omtrent de intelligente lockdown.

De intelligente lockdown is nooit eerder onder deze benaming gebruikt, hierdoor is er vrijwel niets bekend over de strategie achter het inzetten van deze lockdown. De deelvraag die in dit hoofdstuk centraal staat poogt te achterhalen welke communicatieve strategie ingezet is door de Nederlandse overheid, bij het instellen van deze lockdown en waar deze strategie op gebaseerd is. De Nederlandse bevolking kenmerkt zich in vrijheid en individualisme wat hen een gecompliceerde doelgroep maakt om maatregelen op te leggen die hun vrijheid inperkt. Toch moest Rutte met een beleid komen dat de bevolking zou aannemen om de COVID-19-pandemie in Nederland relatief onder controle te kunnen krijgen.

Framing

Een tekst kan op veel verschillende manieren worden geïnterpreteerd en vanuit veel uiteenlopende perspectieven bekeken worden. *Framing* is het proces dat mensen doormaken wanneer zij bij het lezen of horen van een tekst een houding aannemen. Het inzetten van een *frame* in een tekst kan, wanneer deze op de juiste wijze wordt ingezet, de houding van mensen ten opzichte van een boodschap sterk sturen of beïnvloeden. (Chong & Druckman, p. 104) Bij een tekst die een toegespitst frame bevat, wordt er vaak gebruik gemaakt van *selection* en *highlighting*. (Entman, 1993, p. 51) Dit houdt in dat er bewust wordt gekeken naar welke informatie benadrukt wordt in de tekst en welke informatie subtiel naar de achtergrond wordt verwerkt. Mensen verlenen betekenis- en nemen ook een perspectief aan ten opzichte van een bepaalde context, setting of situatie. Op basis van de identiteit en de normen en waarden van je doelgroep wordt besloten welke informatie benadrukt moet worden en welke informatie juist niet.

Het proces van *selection* en *highlighting* wordt ook wel *elevating in salience* genoemd. Letterlijk vertaald als: verheffen in opvallendheid. (Entman, p. 53) Bijvoorbeeld wanneer er bekend is dat een doelgroep erg milieubewust is, zal er in de tekst de duurzame winst, meerdere keren, benadrukt worden. Het feit dat het project misschien ook veel factoren behelst die slecht zijn voor het milieu, zal nauwelijks of misschien eenmalig benoemd worden. De duurzame winst is wat de lezer onthoudt en een lezer is geneigd een positie tegenover de tekst in te nemen, op basis van wat het meeste is ‘blijven hangen’. (Chong & Druckman, p. 114)

In het *framing* proces zijn er vier verschillende locaties bij het opstellen en overbrengen van de boodschap: de boodschapper, de tekst zelf, de ontvanger en de cultuur van de ontvanger. Bij het opstellen van een *frame*, wordt er allereerst gekeken naar de cultuur van de ontvanger. In een cultuur zitten er allerlei vaste ‘*scripts*’ en ‘*schemata*’. Dat houdt in dat binnen groepen er cultuurbepaalde (traditionele) waarden zitten die vrijwel niet of heel traag veranderen. (Chong & Druckman, p. 118) Voorbeelden hiervan zijn hoe mensen elkaar begroeten en hoe (in)formeel mensen met hun medemens omgaan binnen een cultuur of een land. Deze *schemata* en *scripts* vormen het ‘*belief system*’ van een groep. Dit zijn de waarden die een (doel)groep als belangrijkste ervaart en worden ook wel de kernwaarden van een groep genoemd (Entman, p. 53). De opvattingen die voortkomen uit deze kernwaarden worden gestructureerd in mentale en sociaal gedeelde structuren ofwel mentale en culturele *frames*. Door je te richten op deze *schemata* en *scripts* speel je indirect in op het *belief system* van je groep en is de kans van het beïnvloeden van het denken van je doelgroep het grootst. In dit onderzoek is de boodschapper het Nederlandse kabinet en het RIVM, namens wie Mark Rutte uiteindelijk de boodschap overbrengt op de Nederlandse bevolking.

De Nederlandse kernwaarden

Wanneer een persoon opgroeit als kind, zijn er veel factoren die zijn/haar kijk op de wereld beïnvloeden. Zo leert diegene vanuit huis bepaalde gewoontes en manieren, maar ook van docenten op school krijg je verscheidene (gedrags)-lessen mee. De afkomst, leefomstandigheden, ervaringen en financiële situatie dragen allemaal bij aan het perspectief dat iemand ontwikkelt door de jaren heen. Naarmate een persoon ouder wordt, bundelen al deze invloeden en factoren zich samen en maken dit tot het mens dat iemand vandaag de dag is. Deze bundel aan ervaringen

noemt sociaalpsycholoog Geert Hofstede ‘je mentale programma’. (Hofstede et al, 2016, p. 16) Wanneer een groep grotendeels dezelfde mentale programmering heeft en zich op deze wijze onderscheidt van anderen, is het een cultuur te noemen. (Dellner, p. 18)

In Nederland wonen er heel erg veel verschillende etniciteiten en culturen op een klein stukje land. (van Wonderen & van Kapel, 2017) Er zijn niet vaak momenten dat je als politicus een beleid moet ontwikkelen waar het overgrote deel van de gehele bevolkingsgroep achter moet staan. Vaak richten politici zich op een deel van de bevolking, niet op de gehele groep. Omdat tijdens de COVID-19-pandemie de slaagkans van de maatregelen alleen dan groot was, als vrijwel iedereen zich aan deze maatregelen hield, werd Rutte gedwongen om een beleid naar de bevolking te communiceren waar het overgrote deel van de Nederlandse bevolking achter zou staan. Zodat zij zich ook daadwerkelijk aan de maatregelen zouden houden.

Waar we in landen als bijvoorbeeld Amerika een duidelijke politieke tweesplitsing zien (Lakoff, 2004), is in Nederland deze splitsing minder vanzelfsprekend. Wij kennen links en rechts maar een groot deel van de Nederlandse samenleving zweeft daar ergens tussenin (Kieskompas, 2017). Dit betekent dat het aanspreken van de Nederlandse bevolking als een geheel, of zelfs voor de helft, erg gecompliceerd kan zijn. Mensen zijn zeer verspreid wat betreft politieke voorkeur. Om een zo groot mogelijk deel van de samenleving effectief te bereiken, moet er gekeken worden naar verschillende waardensystemen binnen de Nederlandse bevolking en waar deze elkaar overlappen. Door de overlappende waarden aan te spreken met een *frame* dat zich specifiek op deze overlappende waarden richt, is de kans dat de doelgroep de boodschap aanneemt het grootst. (Hofstede, 2011)

Hofstede publiceerde in 1980 zijn eerste versie van een lijst van 30 landen die hij had ingedeeld op basis van de ‘cultuurdimensies’ van de landen. Dit zijn verschillende waarden waar een land op een score van 0-100 op in te delen is. Hoe hoger de score op de cultuurdimensie, hoe zwaarder de desbetreffende waarde voor de bevolking van het land weegt. (Hofstede, p. 6) Sinds 1980 is het model vaak herzien en aangepast. Inmiddels is het model uitgebreid van vier naar zes cultuurdimensies en zijn er ruim 80 landen ingedeeld op het cultuurdimensie model. Hofstede heeft het model opgesteld om identiteiten van bevolkingen makkelijker van elkaar te kunnen onderscheiden en met elkaar te vergelijken. (Chong & Druckman, p.120) Hij deed dit door te

kijken hoe de individuen binnen de landen zich conform dezelfde kernwaarden gedragen. Ook Nederland is een van de landen die Hofstede heeft onderzocht en hieronder zijn de zes huidige cultuurdimensies te lezen. Naast de cultuurdimensie staat de score die op de Nederlandse bevolking van toepassing is en wat de hoogte van deze score inhoudt. (Hofstede Insights)

1. **Machtsafstand (38):** Nederland scoort relatief laag op de cultuurdimensie machtsafstand. Dit betekent dat de macht bij Nederlandse instanties en organisaties gedecentraliseerd is. Nederlanders houden van individualisme en weinig controle. Relaties tussen leiders en werknemers zijn direct en informeel: leiders willen ervan uit kunnen gaan dat ze op hun werknemers kunnen bouwen en dat het meer een vorm van samenwerken is in plaats van een strenge hiërarchie.
2. **Individualisme (80):** Zoals hierboven al genoemd werd, zijn Nederlanders over het algemeen erg individualistisch. Er wordt verwacht dat je voor jezelf en je naasten zorgt, maar een groot verantwoordelijkheidsgevoel tegenover 'de grote groep' is er nauwelijks. We zijn een los geweven structuur met allemaal losse individuen. Wanneer er een winst te behalen is, moet deze winst voor beide partijen gelden. Als leider van een individualistische staat, leidt je talloze individuen, in plaats van één groep.
3. **Masculiniteit (14):** Nederland scoort heel erg laag op het gebied van masculiniteit. Grappig genoeg spreekt dit de score op individualisme enigszins tegen. Door deze lage score is Nederland een feminiene staat te noemen. Een goede leider in een feminiene staat is een persoon die beslissingen maakt op basis van betrokkenheid van de bevolking. Er heerst een voorkeur voor solidariteit en gelijkheid. Problemen en conflicten worden opgelost door eindeloos te overleggen, totdat er een oplossing is waar de meerderheid en de betrokken partijen tevreden mee zijn.
4. **Onzekerheid (53):** Wat betreft onzekerheid zweeft Nederland een beetje in het midden. Dit houdt in dat Nederland ruimdenkend, vooruitstrevend en tolerant kan zijn, denk bijvoorbeeld aan het feit dat 80% van de Nederlandse bevolking in 2007 voor het homohuwelijk stemde. Echter dit midden betekent tevens dat de Nederlandse bevolking ook behoefte heeft aan regels en enigszins structuur van bovenaf.

5. Lange termijn orientatie (67): Nederland scoort hoog op het gebied van lange termijn. Dit houdt in dat de Nederlandse bevolking redelijk pragmatisch is: ze zijn flexibel en kunnen zich makkelijk aanpassen aan nieuwe situaties. Ook ziet de Nederlandse bevolking het nut in van nu investeren voor een betere toekomst. Zolang er een doel voor ogen is, is het Nederlandse volk bereid zich aan te passen om dit doel te bereiken.
6. Uitbundigheid (68): Op de zesde cultuurdimensie scoort Nederland wederom vrij hoog. Deze score betekent dat Nederlanders veel waarde hechten aan plezier en aan vrije tijd. Ook tekent deze score de Nederlandse bevolking als een optimistisch volk, dat vaak de positieve kant van zaken in ziet. Op het gebied van prioriteiten staan vrijheid, geld uitgeven en vertier erg hoog. (Hofstede, p. 5-8)

De intelligente lockdown

De maatregelen die ingevoerd werden om de COVID-19-pandemie zo goed mogelijk onder controle te houden, berusten sterk op samenwerking. Nederland is een land met een sterk eigen identiteit, dat zich kenmerkt als individualistisch. De Nederlandse instelling is voor een zeer groot deel van de bevolking ‘zorg voor jezelf en voor je naasten, maar de rest moet zichzelf redden’. Dit maakt het tot een gecompliceerde doelgroep, waar het gaat om de oproep om een stuk van de eigen vrijheid in te leveren voor anderen. (Dellner, p. 24)

Toen Mark Rutte op 16 maart de intelligente lockdown aankondigde, kwam er van Europese (buurlanden) direct veel kritiek. Landen als Italië en Spanje, die heel hard geraakt waren door het virus, voelden zich in de steek gelaten. Zij noemden de aanpak van de Nederlandse overheid onethisch en onsolidair. Ook noemden veel buurlanden de aanpak van het Nederlandse kabinet arrogant, zij stelden dat door een lockdown intelligent te noemen, je niet minder vatbaar voor het virus bent en dus ‘boven de rest’ staat. (BBC, 2020)

Doordat de identiteit van de Nederlandse bevolking vrijwel haaks op de voorgestelde maatregelen staat, moest de boodschap van de toespraak op 16 maart van Rutte een heel erg sterk *frame* bevatten om de Nederlandse bevolking zich conform de COVID-19-pandemie restricties te gedragen.

Met een score van 80 op een schaal van 100 blijkt dat het individualisme een sterk kenmerk is van de Nederlandse bevolking. Wanneer mensen kijken naar het karakter van de Nederlandse bevolking, zal dit er dan ook snel uitspringen. Echter ontgaat het soms mensen dat Nederland extreem laag scoort op masculiniteit. De score van masculiniteit is namelijk 14 op een schaal van 100. Dit maakt Nederland -zoals hierboven reeds aangegeven- een zeer feminiene staat. In plaats van dat Mark Rutte zich tijdens zijn toespraak heeft gericht op het ompraten van alle individuen, is de intelligente lockdown heel erg toegespitst geweest op het feminiene karakter van de Nederlandse bevolking. (Ministerie van Algemene Zaken)

In de boodschap die Rutte over bracht op 16 maart zitten alle kenmerken van feminiteit door de boodschap heen verspreid. Zo speelt hij allereerst in op gelijkheid: Rutte gebruikt in zijn hele toespraak het woordje 'we'. 'We zitten allemaal met dezelfde vragen', 'We moeten soms een extra stap zetten' en 'we staan voor een hele grote opgave'. (Ministerie van Algemene Zaken, p. 2) Hiermee wordt aangegeven dat alle mensen, inclusief de minister-president zelf, gelijken van elkaar zijn. Ook zegt Rutte hoe hij zelf veel vragen heeft en dat ook hij zijn steentje moet bijdragen: er wordt geen onderscheid gemaakt tussen mensen onderling. (Ministerie van Algemene Zaken, p. 3) Iedereen zit in hetzelfde schuitje ongeacht je functie of status binnen de Nederlandse samenleving. Ook in de zin waarin Rutte de Nederlandse ondernemers ondersteunt, benadrukt hij subtiel 'gelijkheid': 'Heel veel ondernemers staan ineens met hun rug tegen de muur. De mevrouw van het koffietentje op de hoek, de bloemenkweker, de transportondernemer, de ZZP'er, maar het geldt ook voor nationale iconen als de KLM' (Ministerie van Algemene Zaken, p. 4). Rutte geeft aan dat het niet uitmaakt wat de grootte van je zaak of onderneming is, iedereen zit in een even zwaar pakket.

Ook solidariteit wordt in de toespraak van Rutte naar voren gebracht. Zo zegt hij: 'Dit is een tijd waarin we elkaar moeten vinden, over meningsverschillen en tegenstellingen heen' en 'er is 'één ding volstrekt duidelijk: de opgave waar we voor staan is heel groot en we moeten dit echt met 17 miljoen mensen doen.' (Ministerie van Algemene Zaken p. 5-7) Door het 'voor elkaar zorgen' te benadrukken als verantwoordelijkheid en plicht wakkert Rutte hiermee bewust solidariteit aan. Omdat elkaar helpen niet vanzelfsprekend in het karakter van de Nederlandse bevolking zit, maar solidariteit wel, is de tekst zodanig verwoord dat solidariteit wordt benadrukt.

Tenslotte licht Rutte de drie mogelijke scenario's voor wat betreft de lockdown toe in zijn toespraak. Hierdoor wekt Rutte de illusie dat de Nederlandse bevolking betrokken wordt bij het keuzeprocess. De keuze is reeds gemaakt, maar door deze scenario's te benoemen en toe te lichten ontstaat deze illusie.

Wat slim gedaan wordt, is dat het eerst gekozen scenario aantrekkelijk wordt omschreven. Dit wordt verwoord alsof de bevolking nu even een klein beetje vrijheid inlevert, maar dan zo snel mogelijk 'terug naar normaal' kan. Met deze uitspraak wordt ingespeeld op de uitbundigheid van het Nederlandse volk en hun behoefte aan vrijheid. Ook wordt hiermee de cultuurdimensie van de lange termijn oriëntatie aangesproken: investeer nu voor een betere toekomst.

Bij de andere twee scenario's worden termen gebruikt als een 'onbeheerst virus' en een 'rigoureuze aanpak'. Zowel onbeheerst als rigoureuus zijn extreme woorden, mensen leggen veel sneller negatieve associaties bij het gebruik van extreme woorden in tijden van een crisis, omdat zij in onzekerheid leven en meer op hun hoede zijn. Het gebruik van deze woorden boezemt (onbewust) angst in en mensen zijn geneigd eerder voor de minder extreme, veiligere optie te gaan. (Kim & Cameron, 2011) Door de drie opties voor te leggen wordt de illusie gewekt, dat de Nederlandse bevolking zelf een oordeel velt over de drie scenario's. Maar eigenlijk is de boodschap zo opgesteld, dat er maar één scenario een logische optie lijkt. (Ministerie van Algemene Zaken p. 4)

Tot slot zorgt de benaming van de lockdown en de vrijheid die de Nederlandse bevolking krijgt ten opzichte van andere Europese landen, voor een gevoel van verantwoordelijkheid. De overheid vraagt de Nederlanders om hun 'gezonde verstand' te gebruiken. De benaming 'intelligent' wekt het gevoel op dat de Nederlandse overheid de bevolking vertrouwt om zich conform de maatregelen te gedragen en slimme beslissingen te maken wat betreft het naleven van de maatregelen.

Rutte is zowel op nationaal, als internationaal geprezen is voor zijn beleid de afgelopen weken (New York Times, 2020). Echter komt er, naarmate de lockdown vordert, meer kritiek op de aanpak van Rutte. Alhoewel de Nederlandse bevolking erg tevreden is met de extra vrijheid die de intelligente lockdown hen biedt, zijn er veel mensen van mening dat er te weinig transparantie is. De scenario's zijn in de persconferentie op 13 maart uitgelegd

echter heeft sindsdien de Nederlandse bevolking geen inspraak meer gehad. Zo zijn steeds meer mensen het ermee oneens, dat de ouderen van de bevolking koste wat het kost beschermd worden. De werkloosheid is verdubbeld en veel ondernemingen weten niet of zij het einde van het jaar gaan redden. Dit roept bij mensen de vraag op waarom er zoveel wordt ingeleverd voor de ouderen, ten koste van de jongere generaties. De verwachtingen zijn dat de economische situatie alleen nog maar zal verslechteren. Hierdoor beginnen mensen steeds meer te twijfelen of op 13 maart wel het juiste scenario is gekozen. (NOS, 2020b)

Het is lastig om in te schatten wat de andere scenario's voor gevolgen hadden gehad op de Nederlandse samenleving. Zo bleef Zweden vrijwel helemaal open, om de economie te stimuleren. Echter kwam de klap voor Zweden pas later en zijn zij noodgedwongen alsnog helemaal op slot gegaan omdat het virus zich te snel verspreidde. Buurland België is direct in volledige lockdown gegaan toen de eerste gevallen van de COVID-19-pandemie bekend werden in het land en hun sterftcijfer meet nauw met dat van de Nederlandse percentages. (De Morgen, 2020) Een ideale lockdown lijkt niet te bestaan, wel heeft de Nederlandse overheid zijn uiterste best gedaan om een lockdown te ontwikkelen die het beste bij de Nederlandse kernwaarden van de Nederlandse bevolking aansluit.

Conclusie

In eerste instantie leek het zo te zijn, dat er in Nederland geen enkele vorm van lockdown zou 'passen' bij het individualistische, vrije volk. Toch kunnen we constateren dat door een *frame* op te stellen dat de resterende kernwaarden aanspreekt, er sprake is van een aansluitend crisisbeleid op de Nederlandse kernwaarden, in de vorm van een intelligente lockdown.

De feminiteit, gelijkheid, uitbundigheid, betrokkenheid en lange termijn oriëntatie werden allemaal benadrukt toen de intelligente lockdown werd aangekondigd. Dit alles bij elkaar bleek zwaarder te wegen, dan het individualisme waar het volk zo om bekend staat.

Alhoewel de intelligente lockdown niet zonder kritiek door de Nederlandse bevolking werd aangenomen, bewijzen de statistieken de gehoorzaamheid van de Nederlandse bevolking wat betreft de genomen maatregelen. Op basis hiervan kan gezegd worden dat het *frame* dat ingezet is bij het gebruik van de intelligente lockdown, goed aansluit bij de kernwaarden en

verwachtingen van de Nederlandse bevolking. De intelligente lockdown doet strategisch beroep op de sterke identiteit van het volk, onder het mom van een 'intelligentietest'. Het gevolg hiervan is, dat het crisisbeleid van de Nederlandse overheid tijdens de COVID-19-pandemie slaagt met vlag en wimpel.

\

BRONNEN:

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing Theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103–126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>

Coombs, T. (2006). The protective powers of crisis response strategies: managing reputational assets during a crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(3/4), 241–260.

Dellner, A. (2014). *Cultural Dimensions: The Five-Dimensions-Model according to Geert Hofstede*. Van Haren Publishing.

De Morgen. (2020, 5 juni). *Nu Zweden van zijn voetstuk valt: 'Intelligente lockdown in Nederland werkt.'* <https://www.demorgen.be/nieuws/nu-zweden-van-zijn-voetstuk-valt-intelligentelockdowninnederlandwerkt>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
https://is.muni.cz/el/fss/jaro2017/POL510/um/68100463/Entman_1993.pdf

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1–26.
http://mchmielecki.pbworks.com/w/file/fetch/64591689/hofstede_dobre.pdf

Hofstede, G. J., Minkov, M., & Hofstede, G. (2016). *Allemaal andersdenkenden: omgaan met cultuurverschillen*. Business Contact.

Holligan, A. (2020, April 5). *Why Dutch lockdown may be a high-risk strategy*. BBC News.
<https://www.bbc.com/news/world-europe-52135814>

Kieskompas (2017). *Positionering in het politieke landschap voor de Tweede Kamerverkiezingen in 2017*. Geraadpleegd via <https://kieskompas.nl/nl/#/>

Kim, H. J., & Cameron, G. T. (2011). Emotions matter in crisis: the role of anger and sadness in the publics' response to crisis news framing and corporate crisis response. *Communication Research*, 38(6), 826–855.

Lakoff, G. (2014). *The all new don't think of an elephant! Know your values and frame the debate*. White River Junction (VT): Chelsea Green Publishing.

Ministerie van Algemene Zaken. (2020, 26 maart). *TV-toespraak van minister-president Mark Rutte*. Toespraak | Rijksoverheid.Nl.
<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/toespraken/2020/03/16/tv-toespraak-van-minister-president-mark-rutte>

Netherlands. (2017, 22 augustus). Hofstede Insights. <https://www.hofstede-insights.com/country/the-netherlands/>

New York Times. (2020, 2 juni). *Playing by the Rules: Dutch Leader Offers a Sober Contrast in a Brash Era*. <https://www.nytimes.com/#publisher>.
<https://www.nytimes.com/2020/05/28/world/europe/rutte-dutch-netherlands.html>

NOS. (2020a, 21 maart). *Alle EU-landen voeren ander coronabeleid, wie neemt het voortouw?* <https://nos.nl/collectie/13824/artikel/2327839-alle-eu-landen-voeren-ander-coronabeleid-wie-neemt-het-voortouw>

NOS. (2020b, 4 mei). *Is onze intelligente lockdown wel zo intelligent?* <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2332795-is-onze-intelligente-lockdown-wel-zo-intelligent.html>

van Wonderen, R., & van Kapel, M. (2017). *Bezorgdheid en veerkracht: Nederlanders over etnisch-culturele diversiteit in de samenleving*. <https://www.kis.nl/sites/default/files/bestanden/Publicaties/bezorgdheid-en-veerkracht.pdf>