



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Public images of right-wing populist leaders: the role of the media

Bos, L.

Publication date
2012

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Bos, L. (2012). *Public images of right-wing populist leaders: the role of the media*.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Nederlandse samenvatting

In de afgelopen decennia is een aantal rechts-populistische partijen op het politieke toneel verschenen, zowel in Nederland als in andere westerse democratieën. Ze deden dat met wisselend succes: sommige zijn nu belangrijke politieke spelers, terwijl andere snel verdwenen. Er zijn verschillende verklaringen naar voren gebracht voor deze verschillen in electoraal succes. In dit proefschrift wordt aandacht besteed aan factoren die centraal staan in het huidige gemediatiseerde politieke klimaat. In deze context zijn het de massamedia die deze nieuwe partijen kunnen 'maken of breken'. Dit dwingt deze partijen zich aan te passen aan mediatisering en personalisering en hun leiders naar voren te schuiven. Dit proefschrift kijkt dan ook naar *de rol van politieke leiders, hun aanwezigheid in de media, en hoe deze invloed heeft op hun imago en electorale steun*. Meer specifiek onderzoeken we de mate waarin de media-aandacht voor rechts-populistische partijleiders, qua *prominentie, populisme en gezaghebbendheid*, de publieke perceptie van rechts-populistische partijleiders beïnvloedt, wat betreft de waargenomen *effectiviteit* en *legitimiteit* van deze leiders, en hoe deze op zijn beurt van invloed is op de voorkeur voor deze partijen.

We maken hierbij gebruik van data verzameld tijdens de campagne voor de Nederlandse verkiezingen van 2006. Daarnaast hebben we meer recent een *on-line survey experiment* uitgevoerd onder leden van het Nederlandse LISS Household Panel.

Hoofdstuk een test de veronderstelling dat kiezers alleen maar bereid zijn om een rechts-populistische partij te steunen als ze deze zien als een 'normale' partij, dat wil zeggen een partij die wordt gezien als legitiem (democratisch) en effectief (in staat om beleid en het openbaar debat te beïnvloeden). Om dit te doen gebruikten we directe metingen van de legitimiteit en effectiviteit van twee rechts-populistische en vier *mainstream* partijleiders en onderzochten we de mate waarin deze factoren van invloed zijn op de voorkeuren voor deze Nederlandse partijen. De *stacked data analysis* toonde aan dat het imago van de rechts-populistische partijleiders aanzienlijk bijdraagt aan de electorale steun voor deze partijen. De resultaten geven aan dat de aanhangers van rechts-populistische partijen hun partijkeuze inderdaad baseren op dezelfde ideologische en pragmatische overwegingen als die anderen ertoe brengen om te stemmen op gevestigde partijen, *maar alleen als* deze rechts-populistische partijen werden gezien als normale partijen, dat wil zeggen als legitiem en effectief.

Hoofdstuk twee richt zich op de vraag hoe leiders van nieuwe rechts-populistische partijen worden geportretteerd in de media. We betoogden dat deze politieke buitenbenen een precair evenwicht moeten bereiken. Zij zullen zich enerzijds enigszins ongebruikelijk en provocerend – ofwel populistisch – moeten uitlaten, om nieuwswaarde en derhalve prominentie te garanderen. Anderzijds is het van belang dat ze serieus worden genomen als partij, en dienen ze gezaghebbendheid uit te stralen. De resultaten van een uitgebreide inhoudsanalyse van de Nederlandse verkiezingscampagne van 2006 toonden aan dat de meer succesvolle rechts-populistische leiders een prominentere rol hadden tijdens de campagne dan de minder succesvolle. Bovendien vonden we dat meer succesvolle rechts-populistische partijleiders populistischer bleken en dat de rechts-populistische partijleiders hoger scoorden op zowel populistische stijl als populistische retoriek dan mainstream leiders. Tenslotte vonden we dat de meest succesvolle rechts-populistische leider onderscheiden kan worden van de minder succesvolle door zijn gezaghebbendheid (dat wil zeggen, hoe deskundig een politicus lijkt te zijn). Met andere woorden: wat hem onderscheidde van zijn directe concurrent was niet zijn uitzonderlijkheid, maar eerder wat hem meer vergelijkbaar maakte met gevestigde partijleiders.

In *hoofdstuk drie* schatten wij het effect van het optreden van rechts-populistische partijleiders in de massamedia op de mate waarin zij werden gezien als legitiem en effectief. We testten de veronderstelling dat rechts-populistische leiders meer dan hun gevestigde tegenhangers, afhankelijk zijn van de media voor hun imago. Het onderzoeksontwerp waarin de inhoudsanalyse van de verkiezingscampagne uit het tweede hoofdstuk werd gekoppeld aan het survey onderzoek uit het eerste hoofdstuk toonde significant positieve en negatieve media-effecten aan op het imago van rechts-populistische leiders. Allereerst vonden we dat wanneer rechts-populistische partijleiders werden gekoppeld aan het immigratieprobleem, dit hun vermeende legitimiteit in negatieve zin aantast. Ten tweede vonden we dat rechts-populistische leiders die meer op de voorgrond traden in de media en die meer gezaghebbend bleken werden beschouwd als meer effectief. Tenslotte vonden we dat de eigenzinnige stijl die door rechts-populisten wordt gebezigd, hen niet schaadt, maar ook niet sterker maakt. Deze bevindingen sluiten aan bij eerder onderzoek en laten zien dat de massamedia wel degelijk rechts-populistische partijen kunnen 'maken of breken', niet alleen door aandacht te

besteden aan rechts-populistische thema's, maar ook door aandacht te besteden aan deze partijen en hun leiders.

In het *vierde hoofdstuk* testten we de effecten van drie populistische communicatiestrategieën – populistische stijl, populistische retoriek, en gezaghebbendheid – op de perceptie van rechts-populistische partijleiders meer direct in een experimenteel onderzoek. Dit gaf ons de mogelijkheid om te kijken naar modererende effecten en te onderzoeken of bepaalde kiezers zich meer aangetrokken voelen tot deze partijen omdat ze vatbaarder zijn voor hun communicatiestrategieën. De resultaten toonden aan dat het gebruik van een *populistische stijl* een positief effect heeft op de gepercipieerde legitimiteit van de rechts-populistische partijleider, maar alleen voor de lager opgeleiden, de politiek cynici en degenen met minder politiek zelfvertrouwen. Echter, we vonden geen (positieve of negatieve) effecten van het gebruik van *populistische retoriek* op de perceptie van de rechts-populistische leider. Het effect van *gezaghebbendheid* leek redelijk stabiel te zijn over de hele linie, al was het alleen wanneer de gevestigde leider probeerde om gezaghebbend te zijn, dat het een positief effect had op zijn waargenomen effectiviteit.

De belangrijkste theoretische implicaties van deze bevindingen zijn driedig.

In de eerste plaats met betrekking tot de personalisatiethese, geven zowel de eerste als de tweede studie geen enkele aanwijzing dat populistische politiek meer gepersonaliseerd is dan gevestigde politiek. Immers, de resultaten van de eerste studie tonen aan dat de prestaties van de partijleider een belangrijke factor zijn in het bepalen van de voorkeur voor rechts-populistische partijen, maar niet meer dan voor gevestigde partijen. En uit de resultaten van de inhoudsanalyse blijkt eveneens dat rechts-populistische partijleiders inderdaad prominent in het nieuws aanwezig zijn, maar, nogmaals, niet onevenredig veel in vergelijking met gevestigde partijleiders.

Ten tweede, onze resultaten laten zien dat de populistische communicatiestrategie, of meer specifiek de populistische stijl, niet alleen een middel is om media-aandacht te trekken, deze vindt ook aansluiting bij de potentiële achterban van deze partijen: de lager opgeleiden, de politiek cynici en degenen met minder politiek zelfvertrouwen. Echter, uit de derde studie blijkt dat een rechts-populistische partijleider ook serieus genomen moet worden door het electoraat. Deze bevinding nuanceert het beeld van de rechts-populistische kiezers: blijkbaar

hechten deze kiezers belang aan de *inbound* van de populistische boodschap en worden ze niet alleen geleid door de populistische protestretoriek. Over het geheel genomen wijzen deze bevindingen erop dat rechts-populistische partijleiders een delicaat evenwicht moeten bewaren tussen het gebruik van een populistische stijl, om bekendheid te krijgen enerzijds, en gezaghebbend te lijken, om serieus genomen te worden, anderzijds.

Ten derde en tenslotte wordt in dit proefschrift ook het vermeende onderscheidend vermogen van rechts-populistische partijen onderzocht door een directe vergelijking te maken met gevestigde partijen. Zo tonen de resultaten van het eerste hoofdstuk aan dat de mate waarin rechts-populistische partijen worden gezien als 'normale' partijen, in plaats van als eigenaardige partijen, de sleutel is tot hun electorale succes. Uit de inhoudsanalyse blijkt echter dat rechts-populistische partijleiders zich onderscheiden met hun communicatiestrategieën: ook al worden gevestigde partijleiders ook geportretteerd in de media met een populistische stijl, het zijn, zoals verwacht, de rechts-populisten die het hoogst scoren op populistische stijl en populistische retoriek, wat hen onderscheidt van hun gevestigde tegenhangers. Aan de andere kant vinden we ook dat wat de meest succesvolle rechts-populist onderscheidt van de minder succesvolle zijn gezaghebbendheid is: op deze dimensie benadert zijn score 'normaliteit', de gemiddelde score van gevestigde partijleiders. De media-effectanalyse staft bovendien niet de veronderstelling dat rechts-populisten meer afhankelijk zijn van de media dan anderen. Er is echter een belangrijk verschil tussen de twee typen partijleiders: terwijl gevestigde partijleiders negatief worden geëvalueerd wanneer zij zich uitlaten op een populistische manier, worden rechts-populisten hiervoor niet gestraft. Het experiment bevestigt deze bevindingen en laat zien dat wanneer een gevestigde politicus een populistische stijl gebruikt dit een negatieve invloed heeft op hoe effectief hij wordt geacht, vooral onder zijn eigen kiezers: de hoger opgeleiden, de minder cynischen, en degenen met een hoger politiek zelfvertrouwen.

In het algemeen tonen de resultaten van de vier studies twee kenmerken aan waarin rechts-populistische partijen en hun leiders buitengewoon zijn. Het eerste is het uitgebreide gebruik van populistische stijl en retoriek als communicatiestrategieën. En de tweede is de ontvangst van deze stijl door het totale electoraat in het algemeen, en hun eigen electoraat in het bijzonder. Wij

interpreteren dit als een andere (effectieve) communicatiestrategie van de kant van deze partijen, niets meer en niets minder.