



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

On behalf of the people?

Perceptions, usage and effects of references to the people in political communication

Strikovic, E.

Publication date

2021

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Strikovic, E. (2021). *On behalf of the people? Perceptions, usage and effects of references to the people in political communication*.

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.

SUMMARY

Political communication containing elements of populist rhetoric, specifically references to 'the people', has been abundantly present over the past two decades. Politicians' references to the people signal that the electorate is being heard in political decision-making and communicate politicians' responsiveness to the will of the people. This is a central part of populist rhetoric: communication is used to create trust by positioning the political leader within the people and portraying her as the only true representative of the people. References to the people are closely tied to populist communication, communicatively constructing a homogenous unit of the 'real' and 'ordinary' people from the country's heartland. This means references to the people can be both vague and yet seemingly inclusive, allowing politicians to convincingly make representative claims about the people, while avoiding specifics about who exactly those people are. However, references to the people can also take a pluralist form, where everyone is part of the people, despite (or even precisely *because of*) their differences. The desired effect here remains the same: people feel heard and understood as part of a fabricated and politicized group to which the politician also belongs and is therefore most qualified to represent.

This dissertation examines the communicative construction of the people, taking a closer look at references to the people as a communication strategy. It addresses the link between people-centrism and representation by examining (1) how the term 'the people' is understood and used by politicians themselves in a broad political context, (2) how it is manifested in (social) media, and (3) how references to the people are perceived on the side of the receiver (i.e., the people themselves).

I start by focusing on the politicians themselves, examining their understanding and usage of the term 'the people'. In *chapter one*, I conduct interviews with Dutch MPs in order to understand who politicians perceive as 'the people', how they assess the will of the people, and how this translates into their communicative strategies. The results show a distinguished dynamic between politicians, the people as individuals, and the public at large. When it comes to forming an understanding of public opinion as a whole, politicians place the most value on the opinions and experiences of individuals, gathered through personal conversations with people, but they are also conscious of the fact that these individual experiences and opinions have to translate into policy that is representative of the needs of the country as a whole. Here, communication is key for the politicians: their use of advocative references to the people fosters trust from the electorate.

When referencing the public in the form of the hard-working, pure core of the nation, politicians are communicating back to the electorate how their decisions for the nation as a whole are right for the individual person too. It is a back-and-forth between the micro-level of individual people and the macro-level of the public as a whole, starting from individual opinions, generalizing them to a public opinion to guide policy, and communicating this responsiveness back to the individual. From this evidence it becomes clear that Dutch MPs are not becoming more populist but that they *do* use communication strategies that are geared towards personalization and authenticity in political communication.

Chapter two focuses on how their perceptions of the people and their use of references to the people translates into politicians' communicative practices in the media. It takes a closer look at the communication platforms that politicians depend on for communicating with the people. Specifically, the chapter pays attention to the way in which references to the people take shape when politicians speak in parliament, on social media or are quoted in newspapers. Findings from an in-depth content analysis of all three of those communication platforms show how advocative and oppositional references to the people differ across platforms and from politician to politician. Populist politicians are more likely to engage in communication that pits the people against other actors (oppositional references), in keeping with communication strategies tied to populist ideology. While it may not be surprising that communication that is brazenly populist (us vs. them) is used most often by populist actors, it is puzzling that this is not also the case for advocative references to the people. The populist mantra is that populists are close to the people, much more so than other politicians, and that those people are the pious, hardworking backbone of the country. It may be that advocative references to the people are merely the norm in political communication and that, in line with chapter one, all politicians use these references frequently. Oppositional references, however, may have stronger ties to populist rhetoric, resulting in a discrepancy between populist and non-populist actors with regards to these types of references to the people. Moreover, advocative references to the people are mostly accounted for in the parliamentary setting. Parliamentary speeches and debates are not only public - potentially reaching a large audience due to the reproduction of segments of the speeches across all platforms - but the topics that are discussed are also frequently important and geared towards decision-making, meaning politicians may be highly incentivized to use persuasive

communication strategies. This may also help explain why populist politicians are more likely to use advocative references on this platform than a) their political counterparts and b) on other platforms.

The last chapter of the dissertation addresses the impact these different references have on those who are referenced: the people themselves. Through a two-study design, *chapter three* tests respondents' perceived representation after being exposed to different types of cues in references to the people. The chapter takes into account cues in people-centric communication that are populist and pluralist in nature. The results show that respondents felt more represented following statements with populist rather than pluralist cues, speaking to the effectiveness of populist rhetoric. Hence, references to the people that originate in populist communication are more effective than other types of references to the people, namely pluralist references to the people, which are designed to acknowledge the differences in opinion and the diversity inherent in society, rather than communicating about the people as a homogenous group. However, only statements made by politicians the respondents favoured had this effect. In other words, although cues rooted in populist ideology were shown to be more effective than neutral or pluralist cues, they are only effective if politicians communicate to citizens who already support them. Homogenous cues can therefore contribute to overall satisfaction with a favoured politician/party, which might help explain the popularity of candidates and parties in government that utilize these communication strategies.

Overall, this dissertation shows that references to the people matter, not only in the context of populist communication and persuasion, but also in the wider political context and with regards to voter satisfaction with candidates. It approaches a key element of populist communication and examines its usage and effects unbound by political ideology. The results of this dissertation contribute to the understanding of people-centrism as part of populist rhetoric, illustrating that the aforementioned homogenous conceptualizations are ever present and effective. The dissertation also contributes to the understanding of people-centrism beyond the narrow populist arena, showing that politicians across the board use references to the people in a strategic way to appeal to their electorate and facilitate trust. These results speak to the connections between political communication, political responsiveness, and feelings of representation – all of which are at the core of the democratic process.

NEDERLANDSE SAMENVATTING

In de afgelopen twee decennia is politieke communicatie met elementen van populistische retoriek, met name verwijzingen naar 'het volk', nadrukkelijk aanwezig geweest. Verwijzingen van politici naar het volk dienen om aan te geven dat het electoraat wordt gehoord in politieke besluitvorming en dat politici ontvankelijk zijn voor de wil van het volk. Dit is een centraal onderdeel van populistische retoriek: communicatie wordt gebruikt om vertrouwen te creëren door de politieke leider binnen het volk te positioneren en hem neer te zetten als de enige echte vertegenwoordiger van het volk. Verwijzingen naar het volk zijn nauw verbonden met populistische communicatie, waarbij door middel van communicatie een homogene eenheid wordt gecreëerd van de 'echte' en 'gewone' mensen van het platteland. Dit betekent dat verwijzingen naar het volk zowel vaag als ogenschijnlijk inclusief kunnen zijn, waardoor politici op een overtuigende manier representatief lijkende beweringen over het volk kunnen doen, zonder in detail te hoeven treden over wie deze mensen precies zijn. Verwijzingen naar het volk kunnen echter ook een pluralistische vorm aannemen, waarbij iedereen deel uitmaakt van het volk, ondanks (of juist dankzij) hun verschillen. Het beoogde effect blijft hetzelfde: dat mensen zich gehoord en begrepen voelen als onderdeel van een gefabriceerde en gepolitiseerde groep waartoe ook de politicus behoort en die daarom het meest geschikt is om de groep te vertegenwoordigen.

Dit proefschrift onderzoekt hoe de term 'het volk' via communicatie wordt geconstrueerd, waarbij verwijzingen naar het volk als communicatiestrategie nader worden onderzocht. Het proefschrift gaat in op het verband tussen volkscentrisme en vertegenwoordiging door te onderzoeken (1) hoe de term 'het volk' door politici wordt begrepen en ingezet in een brede politieke context, (2) hoe deze term tot uiting komt in (sociale) media, en (3) hoe verwijzingen naar het volk worden waargenomen door de ontvanger (dat wil zeggen, door het volk zelf).

Ik begin met het leggen van de focus op politici zelf, en onderzoek hun begrip en gebruik van de term 'het volk'. In hoofdstuk één neem ik interviews af met Nederlandse parlementariërs om te begrijpen wie politici beschouwen als 'het volk', hoe zij de wil van het volk inschatten en hoe dit zich vertaalt in communicatiestrategieën. De resultaten laten een opvallende dynamiek zien tussen politici, het volk als individuen en het bredere publiek. Wat betreft het vormen van een beeld van de publieke opinie als geheel, hechten politici de meeste waarde aan meningen en ervaringen van individuen, verzameld door middel van persoonlijke gesprekken met mensen. Tevens zijn ze zich ervan bewust dat deze persoonlijke ervaringen en meningen vertaald

moeten worden naar beleid dat representatief is voor de behoeften van het bredere publiek. Communicatie is voor politici hier de sleutel: hun gebruik van positieve verwijzingen naar het volk wekt vertrouwen van het electoraat. Wanneer politici het volk aanspreken als de hardwerkende, authentieke kern van het land, laten politici aan het electoraat zien dat de beslissingen die zij maken voor het land als geheel ook goed zijn voor de individuele burger. Dit komt tot uiting in een heen en weer tussen het microniveau van individuele burgers en het macroniveau van het bredere publiek, waarbij in eerste instantie wordt uitgegaan van individuele meningen, deze worden gegeneraliseerd naar een publieke opinie om beleid mee te sturen, om vervolgens deze ontvankelijkheid terug te communiceren naar het individu. Dit onderzoek maakt duidelijk dat Nederlandse parlementariërs niet populistischer worden, maar dat ze *wel* communicatiestrategieën hanteren die gericht zijn op personalisatie en authenticiteit in politieke communicatie.

Hoofdstuk twee onderzoekt hoe hun perceptie van het volk en gebruik van verwijzingen naar het volk zich vertaalt naar de communicatiestrategieën die politici gebruiken in de media. Het hoofdstuk gaat dieper in op de communicatieplatforms waarvan politici afhankelijk zijn om met het volk te communiceren. Concreet besteedt het hoofdstuk aandacht aan de manieren waarop verwijzingen naar het volk vorm krijgen wanneer politici spreken in het parlement, op sociale media of wanneer zij worden geciteerd in kranten. Bevindingen van een diepgaande inhoudsanalyse van deze drie communicatieplatforms laten zien hoe verwijzingen naar het volk die positief zijn of een conflict weergeven niet alleen verschillen tussen platforms, maar ook tussen politici. Populistische politici zijn eerder geneigd om communicatie te gebruiken waarbij het volk tegenover andere actoren wordt geplaatst (verwijzingen die een conflict weergeven), wat overeenkomt met communicatiestrategieën die verband houden met de populistische ideologie. Hoewel het wellicht niet verrassend is dat communicatie die overduidelijk populistisch is (wij versus zij) het vaakst wordt gebruikt door populistische actoren, is het wel degelijk verrassend dat dit niet ook het geval is voor positieve verwijzingen naar het volk. De populistische mantra is dat populistische dichtbij de mensen staan, aanzienlijk meer dan andere politici, en dat deze mensen de vrome, hardwerkende ruggengraat van het land vormen. Het is mogelijk dat positieve verwijzingen naar het volk de norm zijn in politieke communicatie en dat, in lijn met hoofdstuk één, alle politici deze verwijzingen regelmatig gebruiken. Verwijzingen die een conflict weergeven hebben echter mogelijk sterkere banden met populistische retoriek, waardoor een discrepantie ontstaat tussen populistische en niet-

populistische actoren met betrekking tot dit type verwijzingen naar het volk. Bovendien vinden positieve verwijzingen naar het volk meestal plaats in de parlementaire setting. Toespraken en debatten in het parlement zijn niet alleen openbaar - waardoor mogelijk een groot publiek wordt bereikt doordat delen van de toespraken op alle platforms worden gereproduceerd - maar de onderwerpen die worden besproken zijn ook vaak van grote relevantie en gericht op besluitvorming, wat betekent dat politici zeer gestimuleerd kunnen worden om overtuigende communicatiestrategieën te gebruiken. Dit kan ook helpen verklaren waarom populistische politici meer geneigd zijn om positieve verwijzingen naar het volk te gebruiken op dit platform dan a) hun politieke tegenstanders en b) op andere platforms.

Het laatste hoofdstuk van het proefschrift gaat in op de impact die deze verschillende verwijzingen hebben op degenen naar wie wordt verwezen: het volk zelf. Door middel van twee studies test hoofdstuk drie de mate waarin respondenten zich vertegenwoordigd voelen nadat ze zijn blootgesteld aan verschillende soorten signalen in verwijzingen naar het volk. Het hoofdstuk onderzoekt signalen in volksgerichte communicatie die populistisch en pluralistisch van aard zijn. De resultaten tonen aan dat respondenten zich meer vertegenwoordigd voelden na uitspraken met populistische in plaats van pluralistische signalen, wat wijst op de effectiviteit van populistische retoriek. Verwijzingen naar het volk die geworteld zijn in populistische communicatie zijn daarom effectiever dan andere soorten verwijzingen naar het volk, namelijk pluralistische verwijzingen naar het volk, die bedoeld zijn om verschillende meningen en de diversiteit die inherent is aan een samenleving te erkennen, in plaats van te communiceren over het volk als een homogene groep. Echter, alleen uitspraken van politici die door respondenten gesteund werden hadden dit effect. Met andere woorden, hoewel de bevindingen aantoonde dat signalen die geworteld zijn in een populistische ideologie effectiever zijn dan neutrale of pluralistische signalen, zijn ze alleen effectief wanneer burgers deze signalen ontvangen van politici die zij steunen. Homogene signalen kunnen daarom bijdragen aan de algehele tevredenheid met een politicus/partij van voorkeur, wat de populariteit kan verklaren van kandidaten en partijen in de regering die deze communicatiestrategieën hanteren.

Samenvattend toont dit proefschrift aan dat verwijzingen naar het volk ertoe doen, niet alleen in de context van populistische communicatie en overtuigingskracht, maar ook in de bredere politieke context en met betrekking tot de tevredenheid van kiezers met kandidaten. Het proefschrift

bestudeert een sleutelement van populistische communicatie en onderzoekt het gebruik en de effecten ervan zonder dat die gebonden zijn aan een politieke ideologie. De resultaten van dit proefschrift dragen bij aan het begrip van volkscentrisme als onderdeel van populistische retoriek, wat illustreert dat de bovengenoemde homogene conceptualiseringen alom vertegenwoordigd en effectief zijn. Het proefschrift draagt ook bij aan het begrip van volkscentrisme buiten de nauwe populistische arena, en laat zien dat politici over de hele linie op een strategische manier verwijzingen naar het volk gebruiken om hun kiezers aan te spreken en vertrouwen te wekken. Deze bevindingen adresseren de verbanden tussen politieke communicatie, politieke ontvankelijkheid en gevoelens van vertegenwoordiging - die allemaal de kern vormen van het democratische proces.

AUTHOR CONTRIBUTIONS

The following section contains specific author contributions to the empirical chapters, in order of contribution.

Author's initials: Edina Strikovic (ES), Dr. Toni van der Meer (TvdM), Dr. Linda Bos (LB), Prof. dr. Rens Vliegthart (RV), Prof. dr. Claes de Vreese (CdV), Emma van der Goot (EvdG).

Chapter 1: On behalf of the people: The use of public opinion and the perception of 'the people' in political communication strategies of Dutch MPs

Conceptualization: ES, CdV, RV, LB, TvdM

Methodology: ES

Data collection: ES, EvdG

Data analysis: ES

Drafting of the manuscript: ES

Review and editing of the manuscript: ES, TvdM, LB, RV

Visualization: ES

Chapter 2: Appeals to the people: a content analysis of reference to the people in traditional media, social media and the parliament

Conceptualization: ES, CdV, RV, LB, TvdM

Methodology: ES

Data collection: ES, RV, TvdM

Data analysis: ES

Drafting of the manuscript: ES

Review and editing of the manuscript: ES, TvdM, LB, RV

Visualization: ES

Chapter 3: Feeling represented, yet? How populist and non-populist cues in references to the people affect people's perceived representation

Conceptualization: ES, CdV, RV, LB, TvdM

Methodology: ES, LB

Data collection: ES

Data analysis: ES, LB, TvdM

Drafting of the manuscript: ES

Review and editing of the manuscript: ES, TvdM, LB, RV

Visualization: ES