

Geld, media en politieke macht: een gevaarlijke formule?

Politiek leiderschap in de toeschouwersdemocratie.



Laura Adèr

Studentnummer: 3013294

Universiteit Utrecht

Masterscriptie Internationale Betrekkingen in Historisch Perspectief

Begeleider: J. Pekelder

16 december 2009

Inhoud

Woord vooraf	3
Inleiding: een crisis in de politieke vertegenwoordiging?	4
1. De toeschouwersdemocratie.	7
1.1 Manin's theorie	7
1.2 De rol van de partij en het parlement in de toeschouwersdemocratie	12
1.3 Het debat over de toeschouwersdemocratie	14
2. Politiek leiderschap in de toeschouwersdemocratie.	16
2.1 Politieke stijl	16
2.2 'Falend leiderschap'	17
2.3 Populisme	19
3. Het gebruik van media in de toeschouwersdemocratie.	23
3.1 De media als vierde macht	23
3.2 Verschillende mediasystemen	25
3.3 Wie controleren de media?	27
4. Silvio Berlusconi: 'Il divino con media'.	29
4.1 Van zakenman tot politicus	29
4.2 De Italiaanse media	32
4.3 Berlusconi en de media	34
4.4 Censuur op de Italiaanse televisie	35
4.5 Het debat over Silvio Berlusconi: nuancering van het gangbare beeld	38

5. Nicolas Sarkozy: ‘The Sarkozy Factor’.	42
5.1 De snelle opkomst van Nicolas Sarkozy	42
5.2 Sarkozy’s plaats in de politiek	44
5.3 De Franse media	46
5.4 S(t)arkozy en de media	48
5.5 Censuur in de Franse pers	50
5.6 Politiek sterrendom in Frankrijk	52
Conclusie	54
Literatuur	57

Woord vooraf

Deze scriptie is ontstaan uit mijn persoonlijke interesse voor de Italiaanse politicus Silvio Berlusconi en de manier waarop hij in Italië de media kan manipuleren en controleren. Ik blijf me verwonderen over het feit dat dit mogelijk is in een modern West-Europees land en een belangrijke lidstaat van de Europese Unie. Voor dit onderzoek heb ik geen speciale zoektocht ondernomen naar nieuwe onderzoeksgegevens maar heb ik mij toegelegd op de bestudering van bestaande onderzoeken en literatuur over hedendaags leiderschap. Om niet louter deze bestaande onderzoeken over te nemen, en om deze scriptie interdisciplinair te maken, heb ik tijdens mijn literatuuronderzoek een combinatie gemaakt van verschillende wetenschappelijke terreinen: politiek, bestuur en media. Mijn dank gaat uit naar Meike Schneider, die mij wees op een bestaand artikel in het *NRC Handelsblad* over Silvio Berlusconi en Vladimir Poetin, en mij hiermee op het idee bracht om een soortgelijk onderwerp als onderzoeksbasis te gebruiken. Daarnaast wil ik Niek Pas bedanken voor de persoonlijke inleiding en introductie van onderstaande onderwerpen. Tot slot gaat mijn dank uit naar Jacco Pekelder voor het meedenken en begeleiden tijdens het schrijven van deze scriptie.

Rotterdam, 16 december 2009

Laura Adèr

Inleiding: een crisis in de politieke vertegenwoordiging?

Er lijkt sprake te zijn van een paradox in de hedendaagse westerse politiek. Enerzijds gaat het goed in de westerse democratieën: sinds het einde van de Koude Oorlog is vrede vanzelfsprekend geworden, de meeste mensen zijn bevrijd van materiële zorgen, de bevolking heeft de vrijheid om eigen keuzes te maken en mensenrechten zijn een belangrijke pijler geworden in de politiek en het rechtssysteem. Dit heeft geleid tot bezorgdheid om nieuwe sociale problemen, de bloei van openbaarheid en de perfectionering van binnenlandse consensus.¹ Anderzijds wordt wel beweerd dat de politieke vertegenwoordiging momenteel een crisis doormaakt.

In de jaren negentig voltrok zich in het westen een aantal veranderingen in de politiek, veroorzaakt door moderne trends als globalisering, individualisering en door de mediarevolutie. Politici ontteden zich van hun karakteristieke wereldbeschouwingen, burgers maakten zich los van de brede volkspartijen en hun lidmaatschap maakte plaats voor een zwevende keuze, op afstand van het verenigingsleven van de partij. Dit leidde ook tot een daling van de opkomst bij verkiezingen. De parlementen verloren terrein aan de media, NGO's, gerechtshoven en onafhankelijke toezichthoudende autoriteiten. De parlementen namen nog wel de formele grote beslissingen maar waren niet langer het centrum van debat, agendavorming, strijd, legitimering en controle inzake de inrichting van de samenleving.²

Jarenlang was vertegenwoordiging gebaseerd op een stabiele band tussen de kiezer en de politieke partij waarbij de meeste kiezers zich konden identificeren met een bepaalde partij en deze ook trouw bleven. Politieke partijen werden opgericht om het electoraat te mobiliseren. Voorheen waren verschillen tussen de partijen een weergave van sociale en economische breuklijnen in de samenleving. Tegenwoordig kiest de bevolking steeds wisselvalliger en variëren verkiezingsuitslagen aanzienlijk, zelfs wanneer de sociaaleconomische en culturele achtergrond van de kiezers onveranderd is gebleven. De kiezer weigert zich nog te identificeren met één specifieke partij. Verkiezingsstrategieën van kandidaten en partijen zijn voornamelijk gebaseerd op het imago en de persoonlijkheid van de

¹ J. de Beus, *Een primaat van de politiek* (Amsterdam 2001) 25-26.

² J. de Beus, *Na de Beeldenstorm. Een beschouwing over de werking van de toeschouwersdemocratie* (Heerde 2002) 19-20.

partijleiders. Het contact tussen de kiezer en de vertegenwoordigers is geïndividualiseerd: grote anonieme partijapparaten maken plaats voor aansprekende personages, woordvoerders, logo's en symbolen.

De revolutionaire ontwikkelingen van nieuwe mediatechnologieën vanaf de tweede helft van de twintigste eeuw, voornamelijk de opkomst van het medium televisie, hebben geleid tot een uitgebreide rol van de media in de politiek. Hierbij is een tendens op gang gekomen naar overmatige personalisering van de politiek waarbij de politieke leiders een grotere betekenis krijgen terwijl de rol van politieke partijen en het parlement is afgenomen. Politici als Pim Fortuyn, Silvio Berlusconi, Tony Blair en Nicolas Sarkozy beheersen niet alleen het politieke debat maar ook de media. De Nederlandse politicoloog Jos de Beus gebruikt voor dit nieuwe politieke fenomeen de term 'toeschouwersdemocratie'.

Het was de historicus Henk te Velde die als eerste expliciete aandacht schonk aan politieke stijl. In het boek *Politieke stijl. Over presentatie en optreden in de politiek* beschrijft Te Velde samen met socioloog Dick Pels de huidige situatie als volgt: 'in de moderne televisiedemocratie paraderen politici nu dagelijks door de huiskamer, in een virtuele publieke sfeer die wordt beheerst door journalisten, woordvoerders en communicatie-experts, waarin het kiezersvolk een huiskamer- of studiopubliek is geworden dat hooguit actief is in de rol van applaudisserende of boe-roepende toeschouwer.'³

Politiek leiderschap lijkt zich momenteel dus in een nieuwe fase te bevinden waarin politici de media veelvuldig weten te manipuleren voor hun eigen gewin. Het is de vraag wat de toeschouwersdemocratie betekent voor de democratische vertegenwoordiging. De prestaties van politici lopen vaak niet in tred met hun aanzien wat onder andere leidt tot ontevreden burgers die zich voorgelogen voelen. Ook kan het gebruiken en misbruiken van de media uit de hand lopen en overgaan in een vorm van censuur.

Deze scriptie valt uiteen in twee delen. In het eerste gedeelte zal ik de bestaande theorieën over de toeschouwersdemocratie en hedendaags leiderschap onderzoeken. De hoofdvraag hierbij is wat de toeschouwersdemocratie betekent voor politiek leiderschap en het gebruik van de media door politici. In het tweede gedeelte beschrijf ik twee casestudies. Ik zal hier de Italiaanse premier Silvio Berlusconi en de Franse president Nicolas Sarkozy tegenover elkaar plaatsen. Ik wil onderzoeken hoe zij, al dan niet met behulp van de media, aan de macht zijn gekomen en hoe zij tijdens hun ambt de media manipuleren of censureren

³ D. Pels en H. te Velde ed., *Politieke stijl. Over presentatie en optreden in de politiek* (Amsterdam 2000) 1.

om deze macht te behouden. Tegelijkertijd wil ik aandacht besteden aan de politieke stijl die zij hanteren en de reacties die zij hierbij oproepen.

Om de omvang van deze scriptie beperkt te houden zal ik voornamelijk aandacht besteden aan het medium televisie, dit omdat in Italië de televisie de grootste plaats inneemt in het medialandschap en omdat Silvio Berlusconi en televisie twee onafscheidelijke domeinen zijn. In het geval van Nicolas Sarkozy zal ik de dagbladpers onder de loep nemen omdat hij op dit terrein het meest zijn invloed kan laten gelden. Hiermee wil ik echter niet beweren dat de toeschouwersdemocratie en manipulatie van de media specifiek Italiaanse of Franse trends zijn. Zoals in deze scriptie duidelijk zal worden is de toeschouwersdemocratie een fenomeen dat zich niet beperkt tot Italië of Frankrijk, en zelfs niet tot Europa. De keuze voor Silvio Berlusconi en Nicolas Sarkozy komt voort uit mijn persoonlijke interesse maar ook omdat zij gelden als voorbeelden van moderne leiders. De belangrijkste reden voor mijn keuze is echter de constante aanwezigheid van deze politici in de nationale en internationale media.

1. De toeschouwersdemocratie.

1.1 Manin's theorie

Om erachter te komen wat de toeschouwersdemocratie precies inhoudt komt men ongetwijfeld uit bij de Franse filosoof Bernard Manin. Manin beschrijft in zijn boek *The principles of representative government* de metamorfoses van de vertegenwoordigende democratie in de laatste tweehonderd jaar. Hij stelt dat deze in een nieuwe fase is aanbeland: de toeschouwersdemocratie. Er is veel discussie onder politicologen en sociologen over deze toeschouwerdemocratie. Enerzijds kan de toeschouwersdemocratie leiden tot overmatige personalisering en vulganisering van de politieke cultuur. Anderzijds bestaat er meer ruimte voor direct contact tussen de verkiezingskandidaten en de bevolking. Eerst zal ik Manin's theorie over de toeschouwersdemocratie beschrijven, met daarin de rol van de traditionele partijen en het parlement. Vervolgens zal ik de voor- en nadelen van de toeschouwersdemocratie tegenover elkaar plaatsen.

In de klassieke negentiende-eeuwse parlementaire democratie, waarin politieke partijen nog niet aanwezig waren, was de kiezer lid van een kleine selecte groep van bevoorrechte burgers aan wie het kiesrecht was voorbehouden. De vertegenwoordigers behoorden tot de elite van de maatschappij. Het waren mannen met kwaliteiten, aan wie je het nemen van belangrijke beslissingen wel kon overlaten. Hierop volgde in de twintigste eeuw de partijdemocratie waarbij de kiezer zich identificeerde met de partij die zijn klasse vertegenwoordigde. Wat er ook gebeurde, de kiezer bleef achter zijn partijleider staan. In ruil daarvoor was de partijleider gehoorzaamheid verschuldigd aan zijn partij.

In de eenentwintigste eeuw zijn de westerse democratieën in een toeschouwersdemocratie beland. De toeschouwersdemocratie betekent een veranderende positie van de kiezers en de gekozen vertegenwoordiging, in een tijdperk waarin de individualisering het gezag van zowel de maatschappij als van de politiek, de partijen en het parlement, onder druk zet.⁴ In plaats van de heerschappij van notabelen en partijbureaucraten is er nu een heerschappij van campagnevoerders ontstaan.

Jos de Beus doet een aantal speculatieve overwegingen over de oorsprong van de toeschouwersdemocratie. Hij noemt onder andere de uitzonderlijk lange vrede in Europa

⁴ M. ten Hooven, 'De behoudzucht van de toeschouwersdemocratie', *Trouw* (25-10-2000).

vanaf het einde van de Tweede Wereldoorlog in 1945 en het einde van de Koude Oorlog in 1989. Ook de uitbreiding van de Europese Unie en de democratisering van de Balkanlanden zijn een verklaring voor de toeschouwersdemocratie. De nieuwe constellatie heeft geleid tot gunstige binnenlandse ontwikkelingen: economische groei en voorspoed, beheersing van grote schokken en golven in de volkshuishouding en het einde van de hiërarchische maatschappij. Dit geldt met name voor de uitwassen daarvan zoals geloofsdwang, klassenjustitie, uitbuiting door ondernemingen en patriarchale verhoudingen. De zelden bedreigde veiligheid en de steeds ouder wordende herinnering aan grote wereldoorlogen leiden tot meer gemoedsrust en zelfgenoegzaamheid. Dit kan volgens De Beus de verklaring zijn voor het feit dat de bevolking zich steeds meer gaat bezighouden met sociale problemen, de groei van openbaarheid, de perfectionering van consensus en de gevoeligheid voor crisissen in talloze beleidssectoren.⁵

Manin onderzocht de al eerder genoemde metamorfoses van de representatieve overheid aan de hand van de vier beginselen van de vertegenwoordigende democratie: de personalisering van vertegenwoordigers, de onafhankelijkheid van politici ten opzichte van de wensen van het electoraat, vrijheid van de publieke opinie en beproeving van de wet door discussie.

1.1.1 De personalisering van vertegenwoordigers.

Een essentiële factor in de veranderingen van het stemgedrag onder kiezers is de individualiteit van de kandidaten. De bevolking stemt niet langer voor een partij of platform maar voor een persoon. Voor sommige wetenschappers betekent dit fenomeen een crisis in de politieke vertegenwoordiging. Manin is echter van mening dat de huidige transformatie ook gezien kan worden als een terugkeer naar het parlementarisme van de negentiende eeuw. Ook toen werd het vertrouwen van de kiezer gebaseerd op het persoonlijke karakter van een politiek leider. Dit is geen onverantwoordelijke manier van stemmen. Opiniepeilingen tonen aan dat het imago dat keizers creëren van leiders niet vrij is van politieke inhoud.⁶ In de theorie van Manin bestaat het electoraat uit rationele kiezers. Anthony King, een Britse politicoloog, twijfelt ook aan de impact van het imago van een politicus op de uitkomst van verkiezingen. Hij beweert in zijn boek *Running scared* dat het ongebruikelijk is dat leiders, verkiezingskandidaten en persoonlijkheden de verkiezingsuitslag beïnvloeden. De

⁵ De Beus, *Een primaat van de politiek*, 25-26.

⁶ Manin, *The principles of representative government*, 227.

persoonlijkheid van een kandidaat is wel belangrijk maar niet zoveel als doorgaans gedacht wordt. Pas wanneer de uitkomsten erg dicht bij elkaar liggen gaat de persoonlijkheid een rol spelen.⁷

De groeiende rol van persoonlijkheden ten koste van de politieke partijen heeft volgens Manin twee oorzaken. De eerste oorzaak is te vinden in de omstandigheden waarin gekozen politici hun ambt uitvoeren. Het aantal overheidsactiviteiten is de laatste honderd jaar aanzienlijk uitgebreid. De overheid moet op veel meer terreinen interveniëren en concrete beslissingen nemen. Dit maakt het moeilijk voor verkiezingskandidaten om gedetailleerde beloftes te doen, dergelijke partijprogramma's zouden te ingewikkeld worden. Ook worden de problemen waarmee overheden geconfronteerd worden steeds minder voorspelbaar. Politici kunnen zich niet vastleggen op een gedetailleerd partijprogramma. De kiezers weten dit en baseren hun stemgedrag daarom op het vertrouwen dat een kandidaat uitstraalt. Deze situatie is niet nieuw maar juist een goed voorbeeld van een permanent onderdeel van politieke vertegenwoordiging: de kiezer heeft nog steeds de macht om politici die zij als onbetrouwbaar ervaart weg te sturen.⁸

Ten tweede beïnvloedt de manier van politieke communicatie de relatie tussen de kiezers en de verkiezingskandidaten.⁹ Door middel van radio en televisie kunnen kandidaten direct communiceren met hun achterban zonder tussenkomst van de partij. Het tijdperk van politieke activisten en partijbureaucraten is voorbij. De massamedia werken ten gunste van bepaalde persoonlijke kwaliteiten: succesvolle verkiezingskandidaten zijn niet de lokale notabelen maar de 'media figures' met goede communicatieve vaardigheden. Een nieuwe elite van media-experts heeft de politieke activisten en partijbureaucraten vervangen. De toeschouwersdemocratie is het terrein van deze media-experts geworden. Politici worden machtiger omdat ze goed met de media weten om te gaan, niet omdat zij hun kiezers goed vertegenwoordigen. Het gat tussen de overheid en de samenleving, tussen de kiezers en politici, lijkt hierdoor steeds groter te worden. Politici zijn niet langer een weergave van de sociale en economische breuklijnen in de samenleving.

⁷ Geciteerd in: J. de Beus, 'Truth about audience democracy and in it Manin's model of political communication in mature democracies', Talk in the Zürich seminar of communication science and political science, 22-05-2006.

⁸ Manin, *The principles of representative government*, 212.

⁹ *Ibidem*, 193.

1.1.2 De onafhankelijkheid van politici ten opzichte van de wensen van het electoraat.

Vertegenwoordigers worden verkozen op basis van hun imago en de partij waartoe de kandidaat behoort. Een verkiezingscampagne is volgens Manin een ‘vijandig’ proces want de kiezer krijgt een aantal concurrerende beelden gepresenteerd. De campagne creëert een systeem van verschillen in verkiezingsbeloften tussen de kandidaten. De beelden die worden gecreëerd zijn gesimplificeerd, kiezers begrijpen de technische details van verkiezingsbeloften vaak niet. Dit geeft de vertegenwoordigers een bepaalde mate van vrijheid zodra ze worden verkozen. Ze zijn aan de macht gekomen op basis van vage beloftes die vatbaar zijn voor meerdere interpretaties. De toeschouwersdemocratie wordt versterkt door deze vage beelden en beloftes die worden gemaakt tijdens de verkiezingscampagnes.¹⁰ Omdat de details van verkiezingsbeloften vaag en simpel worden gehouden gaan kiezers af op het imago van de kandidaten en het vertrouwen dat zij uitstralen. De kandidaat hoeft zich dan niet vast te leggen op de toezeggingen die tijdens de campagne gedaan zijn.

1.1.3 Vrijheid van de publieke opinie.

De vrijheid van de publieke opinie wordt in toenemende mate verwezenlijkt door mediamagnaten, professionele journalisten en internetverslaggevers die steeds assertiever worden, met elkaar concurreren en onafhankelijk zijn van de staat en de politiek. Om economische en technische redenen is de partijpers afgenomen en beheren politieke partijen geen kranten meer met hoge oplages. Radio en televisie zijn niet ontstaan op partijbasis. De groei van deze media heeft als gevolg dat, wat hun politieke voorkeur ook moge zijn, het hele publiek dezelfde informatie krijgt over bepaalde kwesties. Dit betekent niet dat het publiek deze beelden objectief tot zich neemt. Men zou nu kunnen denken dat de perceptie van openbare kwesties homogeen is en minder afhankelijk van een partij dan in een partijdemocratie, maar individuen nemen nog altijd verschillende posities in en de publieke opinie blijft verdeeld.¹¹

1.1.4 Beproeving van de wet door discussie.

Wat vooral opvalt aan de toeschouwersdemocratie is de verkiezingsinstabiliteit. Het aantal kiezers dat zich niet meer met één partij kan identificeren groeit en men stemt al naar gelang van de inzet en belangen van de verkiezingen. Een instabiel electoraat heeft altijd bestaan

¹⁰ Manin, *The principles of representative government*, 227-228.

¹¹ Ibidem, 229-230.

maar voorheen bestond deze uit burgers die slecht geïnformeerd waren, weinig interesse hadden in politiek en vaak ook laaggeschoold waren. Dit is tegenwoordig niet meer het geval. De verkiezingsinstabiliteit is te danken aan de neutralisering van berichtgeving en opiniemakende media. Door het voortdurende debat in de media moeten politici onderhandelen met journalisten, deskundigen, gewone burgers, NGO's, belangengroepen, sociale verenigingen en vrijwilligersverenigingen. Het bestaan van een geïnformeerde, geïnteresseerde maar zwevende kiezer dwingt politici ertoe om plannen en maatregelen direct aan het publiek te presenteren. Discussie vindt niet langer alleen plaats in het parlement, zoals onder het parlementarisme, maar ook in het publiek met als hoofdpersoon de zwevende kiezer en als nieuw forum de communicatiemediën.¹²

Manin is van mening dat het met de crisis van de politieke vertegenwoordiging wel meevalt. De vertegenwoordigende regering is immers ontstaan in oppositie tegen het regeren dóór het volk en de centrale instellingen zijn onveranderd gebleven. Wel geeft hij toe dat de personen die het politieke toneel tegenwoordig domineren niet meer een getrouwe weergave van de maatschappij zijn. Politici en media-mensen vormen een elite die hen onderscheidt van de rest van de bevolking. Dit was ook al het geval onder de notabelen en bureaucraten ten tijde van het parlementarisme en de partijdemocratie. De vertegenwoordigende regering blijft wat hij altijd is geweest, een regering van elites die ver van het volk af staan door hun sociale positie, levensstijl en opleiding. Volgens Manin zien we vandaag de dag niet meer dan 'the rise of a new elite and the decline of another'.¹³

In plaats van de vervanging van de ene elite door de andere is het juist het voortbestaan van het gat tussen de kiezers en politici dat een crisisgevoel geeft. Wanneer een kandidaat wordt verkozen op basis van zijn imago, en hij probeert de kiezers ervan te overtuigen dat hij beter geschikt is dan zijn tegenstanders, hebben de kiezers minder invloed op wat hij zal doen dan wanneer een partij haar partijprogramma aanbiedt en dit belooft te implementeren. Enerzijds zijn representatieve regeringen sinds hun oprichting steeds democratischer geworden, bijvoorbeeld door de invoering van het algemeen stemrecht, anderzijds is het gat tussen de regering en de bevolking niet kleiner geworden en de invloed van de bevolking op het beslissingsproces is niet duurzaam gebleken. Dit houdt in dat de democratie wel breder is geworden maar niet dieper.

¹² Manin, *The principles of representative government*, 231-232.

¹³ *Ibidem*, 232.

1.2 De rol van de partij en het parlement in de toeschouwersdemocratie

De politieke partijen zijn in de loop der jaren steeds smaller geworden in hun functie. Ze relativieren de macht en de verantwoordelijkheid van de politiek. De kiezers beoordelen de partijen met een beperkte en voorwaardelijke neiging tot vertrouwen, loyaliteit en waardering. De kiezers houden toezicht op de kwaliteit van publieke sturing en dienstverlening. Ze ontlenen hun geluk meer aan hun intieme kring en hun plaats in arbeidsorganisaties dan aan politieke deelname. Als ze wel overgaan tot actieve politieke deelname, dan gebruiken ze de partijen tamelijk instrumenteel, om daar gehoor te vinden voor hun grieven en verlangens. Ook kunnen de kiezers proberen hun eisen buiten de partijen om te verwezenlijken, via demonstraties en lobby's.¹⁴

Toch spelen partijen nog steeds een belangrijke rol. Zij voorzien de kandidaten van netwerken, invloedrijke contacten, fondsen en vrijwilligers. De partijen zijn dus vooral een instrument in dienst van de partijleider. Ze besteden steeds meer aandacht aan het voeren van campagnes onder focusgroepen van burgers met uiteenlopende levensstijlen. Deze campagnes worden steeds technischer, zij leggen meer beslag op financiële middelen en kenmerken zich ook door hun permanente karakter. De campagnestryd is nooit gestreden, ook niet na de verkiezingen. Massapartijen worden omgevormd tot campagnepartijen, zoals de Amerikaanse Democratische Partij en de Britse Labour partij, terwijl nieuwe partijen van start gaan als campagnepartijen, bijvoorbeeld Forza Italia en LPF.¹⁵ Leaders van massapartijen waren voorheen organisatoren, insiders, paternalistisch en hadden talent voor pragmatisme. Leaders van de nieuwe campagnepartijen zijn ondernemers, outsiders, marketingexperts die winnen door middel van populisme.

De nieuwe politieke leider gaat te werk als een regisseur: de ministers, volksvertegenwoordigers en partijleden houden zich aan een strak script. De leider beschikt over een klein apparaat van media-experts, verkiezingsdeskundigen, tekstschrijvers en specialisten op het gebied van rekrutering en financiën, de inzet van vrijwilligers en externe contacten. De partij wordt gekneed tot voertuig voor de campagne. Persoonlijkheid, bestuurlijke vaardigheden en een vriendelijk gezicht zijn de belangrijkste voorwaarden geworden in de benadering van de zwevende en nieuwe kiezers. In presidentiële democratieën

¹⁴ De Beus, *Na de Beeldenstorm*, 22.

¹⁵ John Kane, Haig Patapan en Paul 't Hart ed., *Dispersed leadership in democracy* (Oxford 2009) z.n.

is deze tendens duidelijk zichtbaar, maar ook in parlementaire democratieën groeien premiers, maar ook partijleiders, ministers en belangrijke parlementariërs uit tot idolen.¹⁶

Om principiële redenen verwerpen de partijen het fenomeen van een politiek toneelspel onder de opportunistische regie van partijleiders en het argwanend toekijken van de kiezers. Wel erkennen zij dat de ontwikkeling in de richting van de campagnepartijen iets onvermijdelijks is. Enerzijds is een restauratie van de massapartij een vorm van nostalgie geworden, anderzijds moet men de rivalen zien bij te benen in de continue innovatie van het internationale partijwezen. Vooral grote partijen spelen in op de nieuwe ontwikkelingen, bijvoorbeeld door het verschijnen op vermaaktelevisie en door hun parlementaire en bestuurlijke leden buiten de partij te verzamelen. Daarnaast pakken ze hun oude gewoontes van partijbeginselen en samenkomst en discussie gewoon weer op. Dit hele gebeuren gaat volgens Jos de Beus gepaard met verdeeldheid en onzekerheid. De partijen zijn bang voor de onverwachts opduikende krachten in de vlakte van consensusbeheer: populistische partijen, referendumgroepen, opstandige beroepsgroepen en terreurorganisaties.¹⁷

De vrees voor de vertrouwde politieke tegenspelers, zoals grote industrieën en lobbies, is echter nog veel groter. De partijen zijn bang dat de politieke instellingen van de vertegenwoordigende democratie, zoals de gemeenteraad, Provinciale Staten en het kabinet, wegzakken in kwaliteit en reputatie, en uiteindelijk geen partij meer zijn voor welke private machthebber dan ook. Daarnaast heerst de angst dat de opgeëiste politieke rol van rechters, commissarissen, bankiers, journalisten, columnisten en ondernemers niet zal worden waargemaakt, of wel wordt waargemaakt maar ten koste van politisering en doorgesloten democratisering.¹⁸

Marc Elchardus, de Belgische hoogleraar Sociologie aan de Vrije Universiteit Brussel, stelt in zijn boek *De dramademocratie* dat ook het parlement tegenwoordig een geringe rol speelt. De parlementsverkiezingen worden beschouwd als een populariteitspoll die, naast het strelen van de ego's van grote partijleiders, niet veel nut hebben. De fundamentele oorzaak van de crisis van het parlement is volgens Elchardus niet de werking ervan, maar is te vinden in de notie van vertegenwoordiging zelf en in de spanning tussen vertegenwoordiging en politieke voorstelling. Tegenwoordig kan het volk, met alle bijbehorende emoties, belangen

¹⁶ Geciteerd in: J. de Beus, 'Hedendaags leiderschap in de toeschouwersdemocratie', *Lezing bij het tienjarig jubileum van de Comenius Leergangen in Zeist* (15-11-2006).

¹⁷ De Beus, *Een primaat van de politiek*, 28.

¹⁸ *Ibidem*, 29.

en opvattingen, zichzelf vertegenwoordigen via de media. Op die manier verliest het parlement zijn legitimiteit als vertegenwoordiger.¹⁹

Deze ontwikkeling wordt in de hand gewerkt doordat parlementariërs het materiaal voor parlementaire vragen uit de kranten halen. Journalisten krijgen niet langer hun informatie van politici maar de politici keren zich naar de journalisten om te weten te komen wat er speelt in de samenleving. Vertegenwoordigers durven daarom niet meer tegen de stroom in te varen als de media een crisis opkloppen. Op zulke momenten is het volgens Elchardus duidelijk dat de vertegenwoordigende democratie niet meer bestaat, maar dat we te maken hebben met een dramaturgische democratie.²⁰

1.3 Het debat over de toeschouwersdemocratie

Het wordt duidelijk dat er een totale wetenschappelijke controverse gaande is over de toeschouwersdemocratie. Velen, zoals Marc Elchardus, zijn van mening dat politici en beleidsmakers de kiezers manipuleren terwijl de media en de journalistiek de politieke agenda bepalen. Ook bepalen zij de partijsamenstelling door het maken of kraken van politici. De politieke journalistiek haalt hierdoor de nieuwsstandaard van feitelijkheid, diepgang, objectiviteit en ernst omlaag. Presentatie en culturele verpakking krijgen steeds meer de overhand op inhoud en idee. In deze visie zijn de kiezers passief, bekrompen en cynisch.

Het gevolg van dit alles is sensatiezucht, overmatige personalisering, manipulatie van emoties, polarisering in de samenleving en vulgarisering van de politieke cultuur. Dit leidt tot het verval van de klassieke vertegenwoordigende rol van de politieke partij en het parlement, een groeiende onverschilligheid en depolitisering, een toenemend besef van afstand tussen burgers en de politiek en de groeiende macht van een nieuwe elite media-experts. Er bestaan verschillende termen voor deze vorm van de toeschouwersdemocratie: mediocratie, dramademocratie of fandemocratie.

Daartegenover staat echter dat de politieke communicatie in de toeschouwersdemocratie geïntensiveerd wordt. Journalisten en de media spelen een balancerende en verlichtende rol en burgers worden steeds sterker en kritischer. Het electoraat bestaat juist uit rationele kiezers. De steeds groter wordende beschikbaarheid van informatie, meningen en argumenten maakt dat politici genoodzaakt zijn om hun standpunten voortdurend te verkopen aan mondige, goed geïnformeerde en bewuste kiezers die politici

¹⁹ M. Elchardus, *De dramademocratie* (Tielt 2002) 70-71.

²⁰ *Ibidem*, 71.

afrekenen op hun fouten. In deze versie van de toeschouwersdemocratie wordt de kiezer juist dichter bij de politiek gebracht en kan men zich beter identificeren met politieke personen. De politieke participatie wordt aangewakkerd. De instemming van de bevolking wordt verworven via ruime meerderheden, collegiaal en zakelijk leiderschap, brede maatschappelijke discussie en consensusvorming met aandacht voor gedeelde prioriteiten, wederzijdse baten, inspraakmogelijkheden en bijstellingen van voornemens.

Het feit dat de rol van de partijen en het parlement afneemt hoeft niet bedreigend te zijn. Het is nu eenmaal een feit dat politici sinds de opkomst van de televisie beschikken over een direct communicatiekanaal. Dit betekent niet dat de democratie in gevaar is. Ook in de toeschouwersdemocratie wordt geen afbreuk gedaan aan de beginselen van de vertegenwoordigende democratie.

2. Politiek leiderschap in de toeschouwersdemocratie.

2.1 Politieke stijl

Nu we weten wat er wordt bedoeld met de term toeschouwersdemocratie ontstaat de vraag wat dit nieuwe fenomeen betekent voor de positie van politieke leiders. Ter inleiding van dit hoofdstuk over politiek leiderschap in de toeschouwersdemocratie wil ik eerst het onderscheid in de stijl van politieke leiders verduidelijken. Dit onderscheid leen ik van Ido de Haan, hoogleraar aan de Universiteit Utrecht die voor het boek *Politieke stijl* een hoofdstuk voor zijn rekening nam over het nut van het stijlbegrip voor de politiek.

Volgens Ido de Haan kent de aandacht voor politieke stijl een functionele en een personalistische variant. In de eerste variant wordt de stijl afgemeten aan de professionele habitus van de politicus. Deze benadering is volgens De Haan geënt op een Weberiaanse notie van een politicus: ‘iemand die een bijzonder ambt bekleedt, waarin het feit dat hij het monopolie over de geweldsmiddelen beheert hem een bijzondere verantwoordelijkheid oplegt’.²¹ Politiek leiderschap is dan een rol of stijl die met meer of minder succes gerealiseerd kan worden.

In de personalistische variant wordt een breder concept van de persoonlijkheid van een politicus gehanteerd. Stijl heeft dan niet alleen betrekking op de politieke rolvulling en de regels van het ambt, maar ook op de wijze waarop de politicus zijn persoonlijkheid stileert. Bij deze benadering hoort de groeiende aandacht voor het persoonlijk leven van politici wat de kiezer nieuwe mogelijkheden biedt om een keuze te maken. Het gaat hier om ‘de mens achter de politicus’.²² Zoals al eerder duidelijk werd bij de theorie van Bernard Manin, lopen deze twee varianten van politieke stijl in de toeschouwersdemocratie steeds meer door elkaar. Uiteraard omvat politiek leiderschap een breder fenomeen dan slechts de persoonlijke kant van leiderschap. Maar door de invloed van de massamedia is niet langer alleen de functionele kant van het leiderschap belangrijk maar krijgt het personalistische aspect een steeds grotere rol. Vooral in het geval van Silvio Berlusconi en Nicolas Sarkozy is te zien dat zij bewust hun privéleven etaleren en hiermee proberen aan populariteit te winnen.

²¹ Pels en Te Velde ed., *Politieke stijl*, 230-231.

²² Ibidem, 230-231.

2.2 'Falend leiderschap'

Jos de Beus is van mening dat het moreel leiderschap uitsterft in de toeschouwersdemocratie. Ten tijde van de partijdemocratie was er sprake van moreel leiderschap met een politiek idee. Tegenwoordig zitten politici op een toneel en proberen het kritische publiek een zo fraai mogelijk voorstelling te geven. Voor de partijleider 'nieuwe stijl' is een rol als regisseur weggelegd. De kiezers zijn de toeschouwers, zij laten zich niet bedotten. De toeschouwers zijn mondig en assertief en willen door de politici tevreden gesteld worden. De politicus met de beste voorstelling wint de verkiezingen.

In de toeschouwersdemocratie staan de politici op zichzelf en is de kiezer een kritische klant die reageert op hun aanbod. Hoewel de kiezer wel een onderscheid maakt tussen goede en slechte politici zal hij zelden tevredenheid of merkentrouw tonen. Een gekozen leider hoeft niet tot de elite te behoren, noch in een partij actief te zijn of een specifiek volksdeel te vertegenwoordigen. Hij representeert namelijk zijn eigen ego. Hij geeft zijn ogen goed de kost, is een expert in communicatie en beschikt over allerlei andere eigenschappen waardoor hij de samenleving goed aanvoelt. De democratie is vluchtig geworden, de kiezers zweven, de politici zweven. Politieke leiders kunnen er in de toeschouwersdemocratie niet meer op bogen dat hun ambt hun gezag verleent.²³

Jerôme Louis Heldring, de conservatieve columnist van het *NRC Handelsblad*, is ook van mening dat het politiek leiderschap tegenwoordig faalt. In zijn column van 15 januari 2009 citeert hij de voormalig bondskanselier Helmut Schmidt die beweerde dat 'es fehlt an persönlicher Führungskraft'.²⁴ Tijdens een lezing in Zeist in 2006 beweerde Jos de Beus al dat er in nogal wat landen een luide roep om beter leiderschap is te horen. Hiervoor noemde hij enkele oorzaken.

De eerste oorzaak is dat politieke partijen en maatschappelijke verenigingen geen beschutting meer bieden en geen vertrouwd gevoel meer kunnen geven. De kiezers selecteren voortaan leiders die op een herkenbare manier omgaan met hun uitvoerende macht. Als tweede oorzaak noemt De Beus het ingewikkelde beleid van de overheid, maar ook van allerlei particuliere organisaties. Deze zijn onpersoonlijk geworden en in handen geraakt van harde, zelfzuchtige managers. De kiezers willen dat er een tegenwicht wordt geboden door ondernemers die het persoonlijke symboliseren, zodat het toeschouwende publiek zich beter kan identificeren met de staat en formele instellingen. Een derde oorzaak is dat het

²³ Ten Hooven, 'De behoudzucht van de toeschouwersdemocratie'.

²⁴ J.L. Heldring, 'Zijn de grote staatslieden verdwenen?', *NRC Handelsblad* (15-01-2009).

wantrouwen tegenover medeburgers is toegenomen. De kiezers willen een leider die de bedreigende medeburgers, in de volksmond: allochtone misdadigers, voetbalvandalen en oplichters, een lesje wil leren. Als laatste oorzaak noemt De Beus de grootscheepse heroverweging in het rechtsbewustzijn en de moraal. Achter de rug om van luidruchtige politici hebben veel mensen stilzwijgend afscheid genomen van de tijd van leiderloosheid. De kiezers willen een terugkeer van gemeenschapsgezinnd leiderschap.²⁵

Alfred van Staden, hoogleraar Internationale Betrekkingen aan de Universiteit van Leiden, heeft zich verdiept in dit onderwerp en er onlangs een boek over geschreven: *De roep om leiderschap in de internationale politiek: zijn de grote staatslieden verdwenen?* De politieke leiders die zoveel prestige genieten dat ze op persoonlijke titel een doorbraak kunnen forceren, zoals Charles De Gaulle bijvoorbeeld een einde maakte aan de Algerijnse oorlog en Margaret Thatcher de slepende kwestie in Rhodesië wist op te lossen, lijken steeds zeldzamer te worden. De meeste leiders stijgen tegenwoordig niet uit boven het peil van de modale politicus. De problemen in het Midden-Oosten blijven onopgelost en het lukt Europese leiders maar niet om de bevolking enthousiast te krijgen voor de idealen van de Europese eenwording.²⁶

Ook Van Staden geeft een aantal verklaringen voor falend leiderschap. Net als Jos de Beus noemt hij de bureaucratie een belangrijke oorzaak. De bureaucratisering leidt namelijk tot ontpersoonlijking van het gezag en is gericht op voorspelbaarheid en toepassing van precedenten. Door het streven naar voorspelbaarheid dreigt de politieke leider een ‘gevangene van de gebeurtenissen’ te worden. Ten tweede noemt Van Staden de verdwijning van grote idealen na het einde van de Koude Oorlog. De jaren van vrede en welvaart die hierop volgden hebben de bevolking minder ontvankelijk gemaakt voor oproepen van politieke leiders om ‘offers te brengen in lijf en goed’. De derde oorzaak is globalisering en de ontwikkeling dat nationale regeringen steeds minder te vertellen hebben dan voorheen. Politieke leiders hebben minder greep op problemen die de landsgrenzen overstijgen, zoals de economie, terwijl zij hier wel op worden aangesproken en afgerekend. De vierde oorzaak is volgens Van Staden de invloed van de massamedia. Zij versimpelen en reduceren complexe kwesties tot controverses tussen personen. Dit werkt volgens hem populistisch gedrag in de hand. Ten slotte noemt hij de aftakeling van politieke instituties zoals politieke partijen, het parlement, de vakbonden en

²⁵ J. de Beus, ‘Hedendaags leiderschap in de toeschouwersdemocratie’, *Lezing bij het tienjarig jubileum van de Comenius Leergangen in Zeist* (15-11-2006).

²⁶ A. van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek. Zijn de grote staatslieden verdwenen?* (Assen 2008) 6.

de kerk. ‘Nu die instellingen geen bron van kracht meer zijn, hebben leiders aan gezag ingeboet’.²⁷

Er is echter enige relativering nodig bij de stelling dat groots leiderschap is uitgestorven. Grote leiders zijn meestal het product van uitzonderlijke omstandigheden. Winston Churchill zou zonder de Tweede Wereldoorlog een markante politicus zijn geweest maar dan zonder zoveel aanhang. De voormalig Britse premier Harold Macmillan kreeg eens de vraag voorgeschied wat de grootste uitdaging van een staatsman was en hij antwoordde hierop: ‘events, my dear boy, events!’²⁸ Bovendien krijgen staatslieden de benaming van groot leider pas nadat ze van het toneel zijn verdwenen of zelfs pas na hun dood. Vaak wordt vergeten dat leiders als Roosevelt, Churchill en De Gaulle talloze nederlagen hebben geleden voordat ze wereldwijde grandeur bereikten.

Daarnaast is het oplossen van politieke problemen ook een kwestie van politieke wil. Politici willen doorgaans wel een mooi doel bereiken maar nog liever willen ze herkozen worden. Als ze niet worden herkozen, zijn ze geen stap dichterbij dat mooie doel gekomen.

2.3 Populisme

Omdat hedendaagse politieke leiders niet alleen hun partij en diens ideeën willen verkopen maar vooral zichzelf, ligt de neiging tot populisme steeds meer op de loer.²⁹ De laatste jaren waren de belangrijkste en meest spraakmakende politici ook degenen met de grootste dramaturgische capaciteiten, zoals Margaret Thatcher, Tony Blair, Bill Clinton en Pim Fortuyn. Een populistische stijl van leidinggeven wordt vaak in verband gebracht met charismatisch leiderschap. In de theorie van Max Weber in *Wirtschaft und gesellschaft* hoort een charismatische leider bij de pre-moderne charismatische vorm van gezag. Hierbij wordt het gezag van een leider aanvaard omdat hij geacht wordt te beschikken over uitzonderlijke, zo niet bovennatuurlijke gaven en het vermogen tot voorbeeldig en heldhaftig gedrag.³⁰

Tegenwoordig wordt al gesproken van charismatisch leiderschap als men te maken heeft met leiders die kunnen bogen op persoonlijke uitstraling en aantrekkingskracht. Het gaat daarbij om figuren op wie de kiezers hun hoop en verlangens projecteren. De Twentse hoogleraar Communicatiewetenschap Erwin Seydel, heeft hier onderzoek naar gedaan en het bleek dat de respondenten een hoop eigenschappen schaalden onder de titel ‘charisma’.

²⁷ Heldring, ‘Zijn de grote staatslieden verdwenen?’.

²⁸ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 14.

²⁹ Paul ’t Hart en Marcel ten Hooven, *Op zoek naar leiderschap. Regeren na de revolte* (Amsterdam 2004) 31.

³⁰ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 38.

Charismatische politici spreken duidelijke taal, zijn sympathiek, oprecht, zelfverzekerd, succesvol, moedig, inspirerend, aantrekkelijk, overtuigend en komen natuurlijk krachtig over. Zoals hierboven ook al werd genoemd, wordt charismatisch leiderschap ook vaak geassocieerd met een populistische stijl van leidinggeven.³¹

De toeschouwersdemocratie versterkt de waarde van de persoonlijke stem. Politici proberen de aandacht en de stem van de kiezer te trekken. Ze proberen de korte-termijn wensen van de kiezers te vervullen en nemen onsamenhangendheid van het overheidsbeleid en de lange-termijn kosten daarvan op de koop toe. Marc Elchardus noemt in zijn boek *De dramademocratie* een aantal negatieve kenmerken van een populist. Populisten verdelen enerzijds de bevolking in ‘wij het volk’ en ‘zij de elite’ maar wijzen anderzijds het kloofdenken af als deze het volk dreigt te verdelen in groepen met verschillende belangen en opvattingen. De tegenstanders zijn geen volwaardige gesprekspartners maar gedragen zich immoreel, onredelijk, volksvreemd en zijn verblind door eigenbelang. De politieke tegenstander heeft eigenlijk nooit recht van spreken omdat hij elitair en moreel minderwaardig is. Het discours van een populist begint altijd met het monddood maken van de tegenstander, enkel de populist heeft recht op spreken.³²

In de Verenigde Staten werd het conservatief populisme legitiem tijdens het presidentschap van Ronald Reagan en door de strijdlustigheid van president George Bush junior. In West-Europa wordt het populisme over het algemeen afgekeurd door de heersende partijen, voornamelijk vanuit de ervaringen die zijn opgedaan in de zwarte eerste helft van de twintigste eeuw.³³

Politieke wetenschappers maken een onderscheid tussen populisme door outsiders die beweren de onderdrukte en buitengesloten gemeenschap te vertegenwoordigen, dit noemen zij ‘grassroots populism’, en populisme door insiders die zeggen het staatsapparaat te willen gebruiken in overeenstemming met de bevolking, genaamd ‘government house populism’. Populisme wordt dus gebruikt door nieuwe politici die aan de macht willen komen door middel van offensieve campagnevoering en radicale veranderingen, en door oude politici die steun kwijtraken en door middel van een defensieve campagne aan de macht proberen te blijven.

³¹ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 38.

³² Elchardus, *De dramademocratie*, 91.

³³ Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

Het populisme beperkt zich niet langer tot radicale politici of derderangs partijen. Ook populisme onder linkse en progressieve politici neemt duidelijkere vormen aan. In de theorie van het realisme zijn nationale leiders per definitie populistisch. Zij bedenken populaire belangen, mobiliseren de massa en organiseren hun machtsverhouding. Zij laten de uitvoering van de partij en regering over aan betrouwbare gelijkdenkende tussenpersonen. Er bestaat een kans dat het populisme duurzaam blijkt te zijn in de tegenwoordige toeschouwersdemocratie.

Elchardus noemt het hedendaagse populisme dat haast overal in Europa opduikt ‘politieke ontsporing’.³⁴ Een vorm van gematigd populisme is echter onvermijdelijk in de dramademocratie. Een politicus moet de indruk wekken niet echt aan politiek te doen maar de consensuele redelijkheid te vertolken. Volgens Gianpietro Mazzoleni, hoogleraar Communicatiewetenschappen, vertegenwoordigen populistische leiders niet het volk maar beschouwen zij zichzelf als een belangrijk deel van het volk: ‘they are the people’.³⁵ Een belangrijk onderdeel van populisme is echter ook het aanwakkeren van wantrouwen in de overheid en een anti-establishmenthouding. Dit kan op korte termijn electoraal succes opleveren maar leidt op de lange termijn vooral tot onbehagen, wantrouwen en woede. Het is volgens Elchardus reëel dat op die manier de democratie uiteindelijk zelf wordt uitgedreven.

Jos de Beus beschrijft de terugkeer van het populistische aspect door nieuwe en oude politici in tweepartijstaten, zoals Bill Clinton en Ross Perot in de Verenigde Staten en Tony Blair in het Verenigd Koninkrijk, en in meerpartijstaten, zoals Silvio Berlusconi in Italië, Gerhard Schröder in Duitsland en Pim Fortuyn in Nederland. Deze mannen betraden de politiek in de hoop regeringsleider te worden en om grote leiders als Roosevelt, Churchill, Adenauer en De Gaulle op te volgen. Ze vernieuwden de politieke communicatie door de partijen om te vormen tot instrumenten voor een continue campagne, ze beschikten over ‘spray-on’ charisma en allemaal waren ze controversiële ‘politician-celebrities’.³⁶ De Beus maakt hierbij een verschil tussen het harde populisme van Perot, Berlusconi en Fortuyn, drie kwade zakenmannen die een simpele boodschap verkondigden, en het zachte populisme van Clinton, Schröder en Blair, leden van een nieuwe generatie partijpolitici die al ervaring had in de politiek.

De vergelijking van De Beus van verschillende populistische leiders uit de Verenigde Staten en West-Europa toont aan dat populisme zich niet alleen beperkt tot een stijl van

³⁴ Elchardus, *De dramademocratie*, 114/116.

³⁵ Daniele Albertazzi en Duncan McDonnell ed., *Twenty-first century populism. The spectre of Western European democracy* (Hampshire 2008) 49.

³⁶ Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

leiderschap voor radicalen in de marges van de politieke samenleving, maar dat populisme ook een aspect is van de heersende partijen binnen het kader van legitieme en constitutionele machtsvergarings- en machtsbehoud. De Beus heeft niet willen beweren dat het populisme tegenwoordig overheerst, maar hij noemt het wel opvallend dat de verschillende vormen van populisme, grassroots en government house, hard en zacht, links en rechts, zowel kunnen voorkomen in oude democratieën zoals de Verenigde Staten en Nederland als in de belangrijke natiestaten met een totalitair verleden Duitsland en Italië.³⁷

Een bekend thema in de discussie over leiderschap is de vraag over welke persoonlijkheidskenmerken een leider moet beschikken om succesvol te zijn. Politiek leiderschap is een combinatie van algemene maar contextgebonden omstandigheden en persoonlijke, soms unieke eigenschappen zoals het al eerder genoemde charisma. Naast een duidelijke visie, historisch besef en een gevoel voor richting waarin de wereld zich beweegt is het ook belangrijk voor een leider om te beschikken over retorische kracht en het vermogen om mensen te inspireren, unieke mogelijkheden te grijpen en de harten van de kiezers voor zich te winnen voor doeleinden die moeilijk liggen in de samenleving of ronduit impopulair zijn.³⁸

Een belangrijke aspect van de toeschouwersdemocratie dat ik heb willen benadrukken is dat politiek leiderschap tegenwoordig nauwer samenhangt met de persoonlijkheid van een politiek leider en zijn persoonlijke band met de kiezers. Deze band wordt steeds meer door de massamedia bemiddeld. Door de opkomst van voornamelijk de televisie kan een politiek leider direct communiceren met zijn achterban. Het volgende gedeelte van deze scriptie zal dan ook ingaan op het gebruik van de media door politieke leiders in de toeschouwersdemocratie. De politiek krijgt steeds meer invloed op de media en een aantal politieke leiders weet de media in eigen voordeel te manipuleren. Eerst zal ik beschrijven hoe de politiek en de media zich tot elkaar zijn gaan verhouden in de afgelopen decennia en wat de gevolgen hiervan zijn. Vervolgens maak ik een onderscheid tussen de verschillende mediasystemen in Europa. Dit onderscheid is nodig om de daaropvolgende hoofdstukken over Silvio Berlusconi en Nicolas Sarkozy beter te begrijpen.

³⁷ Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

³⁸ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 36.

3. Het gebruik van media in de toeschouwersdemocratie.

3.1 De media als vierde macht

De traditionele focus op de wisselwerking tussen politici en kiezers, zonder daarbij aandacht te hebben voor de media en de journalistiek, is ouderwets geworden. De impact van media en journalistiek op de keuzes van politici en de bevolking is een cruciaal terrein waar de laatste jaren veel onderzoek naar wordt gedaan. Douglass Carter, assistent van de voormalig Amerikaanse president Lyndon B. Johnson, schreef al in 1959 dat de media als de vierde tak van de politieke macht beschouwd konden worden.³⁹ De wijze waarop gebeurtenissen in de media verschijnen, bepaalt grotendeels hoe de samenleving deze gebeurtenissen waarneemt. De media vervullen nu de rol die de politieke partijen voorheen op zich namen. In de verslaggeving over politiek zijn de partijen minder belangrijk geworden en de personen juist meer. De media bevorderen hierdoor de personalisering van de politiek.

In het artikel 'Imagining the fan democracy' mengt Liesbeth van Zoonen, hoogleraar Media en cultuur aan de Universiteit van Amsterdam, zich in het debat over het medium televisie. De laatste tien jaar is het televisiekijkende publiek steeds meer gaan discussiëren, participeren en gaan stemmen op haar favoriete televisieprogramma's zoals Big Brother en Idols. Dit soort programma's geeft aan dat het publiek niet louter passief meekijkt en dat het nog steeds mogelijk is om burgers te betrekken bij 'openbare zaken'.⁴⁰

Neil Postman, een Amerikaanse mediatheoreticus, was echter van mening dat entertainment en politiek strikt gescheiden domeinen moesten blijven. Zo zijn er meerdere wetenschappers, zoals Marc Elchardus, die vinden dat televisie een schadelijke rol kan spelen in de politiek. Volgens hen produceert televisie geen relevante kennis en wordt de burger niet goed geïnformeerd, het isoleert de bevolking van het politieke proces en vermindert het besef van burgerschap. Daarnaast verzwakt televisie het rationele publieke debat en is het niet in staat om bewustzijn van politieke en sociale diversiteit te creëren.

Van Zoonen werkt in haar artikel drie overeenkomsten uit tussen het sterrendom in de entertainmentindustrie en in de politiek. De eerste overeenkomst is structureel: in beide

³⁹ T.E. Cook, *Governing with the news* (Chicago 1998) 1.

⁴⁰ E. van Zoonen, 'Imagining the fan democracy', *European Journal of Communication* 19 (2004) 41-42.

domeinen wordt waardering bepaald door prestatie. Omdat de grote idealen met het einde van de Koude Oorlog zijn verdwenen, en omdat de economische, sociale en culturele structuren die mensen voorheen bijeen hielden zijn veranderd, moeten politieke leiders en partijen hun achterban verzamelen op basis van hun aantrekkingskracht en prestaties. De politicus moet in deze functie niet alleen vertegenwoordigen maar ook mobiliseren. Kort samengevat stelt Van Zoonen hier dat ‘performance is central to the construction of audiences’.⁴¹

Ten tweede komen de activiteiten van fans en kiezers met elkaar overeen. Zowel fans van populaire televisieprogramma’s als kiezers laten zich informeren en mengen zich actief in discussies. Ten slotte beweert Van Zoonen dat de relatie tussen fan en programma en kiezer en politieke voorkeur is gebaseerd op affectie en emotie. In de politiek vertaalt deze emotie zich in het houden van ‘election nights’, schreeuwende enthousiaste menigten en theatrale bijeenkomsten en debatten. Pas sinds kort heeft emotie een plek gekregen in het debat over politieke affiniteit, voorheen was dit slechts een secundaire factor van betekenis en werd emotie gezien als herrieschopper.

Het medium televisie is dus niet alleen relevant vanwege haar informatieve aspect, aangezien dat te beperkt is. De relevantie moet gezocht worden in het emotioneel mobiliseren van de kiezers en het creëren van affiniteit tussen deze kiezers en de kandidaten. De vertegenwoordiging van politiek op televisie leidt juist tot het actief meedenken, meedoen en discussiëren onder de bevolking. Marc Elchardus verbindt echter een heel andere conclusie aan het groeiende gebruik van de media in de politiek. Doordat de politieke communicatie nu vooral via de media verloopt is de kijker minder actief lid geworden, en meer een passieve kijker en luisteraar. Dit verklaart volgens hem ook de achteruitgang van partijen.⁴²

Met de groei van de massamedia en dan met name de opkomst van de televisie zijn politici zich meer bewust geworden van hun politieke stijl en optreden. Jean-Marie Guéhenno schrijft hierover in zijn boek *Het einde van de democratie* het volgende: ‘samen met de televisiejournalist ordent de politicus de collectieve percepties. Ze hebben elkaar nodig om te leven’.⁴³ Hiermee bedoelt de voormalige Franse diplomaat dat de politicus niet meer hoeft te reageren op percepties die hij zelf niet in de hand heeft, zoals George Bush senior tijdens de val van de Berlijnse muur, maar kan hij zelf percepties creëren waarmee de aandacht van de media wordt vastgehouden. De controle over het tijdsschema biedt de politieke leider de

⁴¹ E. van Zoonen, ‘Imagining the fan democracy’, 43-44.

⁴² Elchardus, *De dramademocratie*, 88.

⁴³ J. Guéhenno, *Het einde van de democratie* (Parijs 1994) 36.

mogelijkheid om situaties naar zijn hand te zetten, zoals het een goede dramaturg betaamd, aldus Guéhenno. Een op het juiste moment geplaatste zin heeft meer effect dan een lange boodschap, het belangrijkste moment van een topconferentie is niet meer het overleg tussen de leiders maar de persconferentie na afloop.

De media lijken vooral van invloed te zijn op de stijl van politiek leiderschap. Zoals al eerder duidelijk is geworden zijn sommige wetenschappers, zoals Alfred van Staden en Mark Elchardus, van mening dat de kwaliteit van leiderschap is afgenomen omdat de televisie een centrale plek heeft ingenomen in het politieke proces.⁴⁴ Het is waar dat er politici zijn die hun weg naar het leiderschap hebben te danken aan goed gebruik van de media. Toch is deze redenering te simpel. Zoals we in het vorige hoofdstuk hebben gezien hangt leiderschap niet alleen af van het gebruik van de media maar van een scala aan factoren. Daarnaast is ook al duidelijk geworden dat het imago van een verkiezingskandidaat niet vrij is van politieke inhoud en dat burgers rationele kiezers zijn.

3.2 Verschillende mediasystemen

De staat heeft altijd een belangrijk rol gespeeld in het vormen van het medialandschap. De belangrijkste vorm van staatseigendom in de mediawereld is de publieke omroep. In veel landen is de staat echter ook eigenaar van kranten of andere aan media gerelateerde ondernemingen. De staat kan op verschillende manieren interveniëren in de media. Dit gebeurt door middel van wetgeving op het gebied van privacy, smaad en het recht op weerwoord, toegang tot overheidsinformatie, bescherming van journalisten, betrouwbaarheid van informatie, regulering van mediaconcentraties, eigendom en concurrentie, regulering van politieke communicatie, vooral tijdens verkiezingscampagnes, en wetgeving die uitzendrechten en licenties aan banden legt.⁴⁵

De wijze waarop de politiek gebruikt maakt van de media is afhankelijk van het land en van de politieke leiders. Daniel Hallin en Paolo Mancini, respectievelijk hoogleraar Communicatiewetenschappen en hoogleraar Sociale Wetenschappen, hebben een grove indeling gemaakt om de verschillende mediasystemen in de westerse democratieën te rangschikken. In hun boek *Comparing media systems* maken zij onderscheid tussen het liberale model, waar Groot-Brittannië, Ierland en Noord-Amerika bij horen, het

⁴⁴ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 79.

⁴⁵ Daniel C. Hallin en Paolo Mancini, *Comparing media systems. Three models of media and politics* (Cambridge 2004) 43-44.

democratische corporatistische model in Noord-Europa en tot slot het mediterrane model in Zuid-Europa. Zij maken deze indeling aan de hand van vier factoren: de structuur van de mediamarkt, de mate waarin media aan de politiek zijn verbonden, de professionalisering van de journalistiek en de wijze waarop de staat intervenueert in het mediasysteem.

Het liberale model wordt gekenmerkt door dominantie van het marktmechanisme en de commerciële media. Het democratische corporatistische model onderscheidt zich door de naast elkaar bestaande commerciële media en de media die verbonden zijn aan politieke partijen. Hierbij hoort ook een actieve maar toch beperkte rol van de staat. Het derde model, het mediterrane model, wordt gekenmerkt door de integratie van de media tot partijpolitiek, een zwakke historische ontwikkeling van commerciële media en een sterke rol voor de staat. Aangezien mijn scriptie zich zal verdiepen in het gebruik van de media door Silvio Berlusconi en Nicolas Sarkozy zal ik alleen aandacht besteden aan het mediterrane model. Hier moet wel een kanttekening bij geplaatst worden. De indeling van Hallin en Mancini is verre van ideaal en er bestaat veel variatie tussen de landen binnen één model. Zo bestaat in Frankrijk bijvoorbeeld een combinatie van het mediterrane model en het democratische corporatistische model.⁴⁶

Om het Italiaanse en Franse medialandschap beter te begrijpen volgt hier een nadere toelichting op Hallin en Mancini's mediterrane model. De pers in dit model is vooral georiënteerd op de elite en kranten hebben vaak lage oplages vergeleken met het noorden van Europa. Persvrijheid en de ontwikkeling van commerciële media kwamen laat op gang in Zuid-Europa. De kranten hebben altijd een marginale rol vervuld en zijn afhankelijk van subsidies. De link met de politiek, door Hallin en Mancini 'parallelism' genoemd, is altijd hoog geweest: de pers focust zich sterk op het politieke leven. Het gebruik van de media door de overheid, politieke partijen en industriëlen is vanzelfsprekend. De publieke omroep loopt altijd in pas met de samenstelling van de regering en het parlement. De journalistiek heeft zich minder sterk geprofessionaliseerd dan in de andere modellen en autonomie van de journalistiek is beperkt.

De staat speelt hier een grote rol als eigenaar, regulator en sponsor van de media. De vertraagde ontwikkeling van liberale instellingen in Zuid-Europa heeft geleid tot een andere relatie tussen de media en de politiek. De staat, politieke partijen en het clientelisme spelen een sterke rol in de mediawereld. Hallin en Mancini scharen Frankrijk onder het mediterrane model net als Griekenland, Italië, Portugal en Spanje. Frankrijk is hierbij wel een uitzondering

⁴⁶ Hallin en Mancini, *Comparing media systems*, 11.

omdat het land zich enerzijds kenmerkt door gepolariseerd pluralisme, een sterke rol van de staat binnen de media en een geschiedenis van ‘politiek parallelisme’. Daarnaast is het Napoleon geweest die moderne kranten in Italië en het Iberisch schiereiland introduceerde en is de Zuid-Europese journalistiek gebaseerd op de Franse traditie. Anderzijds valt Frankrijk enigszins uit de toon binnen het mediterrane model vanwege de verregaande industrialisering, een sterkere ontwikkeling van de gedrukte pers en een rationele, legale autoriteit waar het de andere Zuid-Europese landen nog aan ontbreekt.⁴⁷

3.3 Wie controleren de media?

Er zijn uitgebreide onderzoeken gedaan naar de effecten van de media en de invloed die zij uitoefenen op de samenleving. Ik zal hier in deze scriptie niet verder op ingaan omdat dit een uitgebreid debat is en voor deze scriptie minder van toepassing. Voor een algemene opmerking over de invloed van de massamedia volg ik de mening van communicatiespecialist Denis McQuail, hoogleraar Sociologie en Communicatiewetenschappen aan de Universiteit van Southampton, Leeds en Amsterdam. Volgens hem is het overduidelijk dat de media belangrijke consequenties heeft voor het individu, sociale instellingen, de samenleving en cultuur. De macht van de media is een andere discussie. Controle hebben over de media biedt een aantal mogelijkheden.

In eerste instantie kunnen de media aandacht trekken voor bepaalde problemen of kwesties, oftewel kunnen zij de politieke agenda bepalen. Ten tweede bieden de media een politiek leider status en legitimiteit. Een derde situatie waarbij media een rol spelen is in het overtuigen en mobiliseren van de bevolking en het vormen van een publieke opinie, zoals we eerder in dit hoofdstuk lezen over de ‘fan democracy’. De media zijn daarnaast snel, flexibel en makkelijk te controleren.⁴⁸ De belangrijkste vraag, zo wordt duidelijk, is dus eigenlijk niet óf de media macht en invloed hebben maar wie toegang hebben tot deze macht. Op deze manier begeeft men zich op het terrein van eigendom en andere vormen van mediacontrole.

Het is duidelijk geworden dat de huidige toeschouwersdemocratie een nieuwe rol met zich meebrengt voor politieke leiders. Er is een tendens op gang gekomen naar, soms extreme, personalisering van de politiek waarbij de politieke leiders een grotere betekenis krijgen terwijl de rol van de partijen en het parlement is afgenomen. Omdat politici niet langer de

⁴⁷ Hallin en Mancini, *Comparing media systems*, 73-74.

⁴⁸ A. Graber ed., *Media power in politics* (Washington 2007) 33.

sociale en economische breuklijnen binnen de samenleving vertegenwoordigen, wordt de persoonlijkheid en het imago van de politieke leiders steeds belangrijker. De groei van de massamedia versterken deze ontwikkeling. De meest succesvolle verkiezingskandidaten zijn ook de politici met de beste communicatieve vaardigheden. Daarnaast zijn er ook politici die niet alleen vertrouwen op hun communicatieve vaardigheden maar ook proberen om de media te manipuleren, en zelfs te censureren, in hun eigen voordeel.

In het tweede gedeelte van deze scriptie wil ik dit onderzoeken in de casestudies van de Italiaanse premier Silvio Berlusconi en de Franse president Nicolas Sarkozy. Ik zal aandacht besteden aan de manier waarop zij in eigen land aan de macht zijn gekomen, welke politieke stijl zij hanteren en welke reacties dit oproept. Ook zal ik onderzoeken of en hoe zij tijdens hun ambt de media manipuleren of censureren om hun macht te behouden.

4. Silvio Berlusconi, ‘Il divino con media’.

4.1 Van zakenman tot politicus

In 1993 stelde Silvio Berlusconi zich voor het eerst kandidaat voor de nationale verkiezingen van 1994. Zijn politieke boodschap was een diepgewortelde haat tegen het communisme, een sterk geloof in het Amerikaanse model van vrij ondernemerschap en consumentenvrijheid, en de overtuiging dat de traditionele christendemocraten waren uitgeput en niet langer de katholieke waarden konden vertegenwoordigen. Berlusconi presenteerde zichzelf als een intelligente zakenman met veel talent en een portie geluk en een zorgzame vader die de nationale economie en het nationale prestige zou redden. Hij was ervan overtuigd dat hij een betere politicus was dan al die anderen die op dat moment de Italiaanse politiek beheersten.⁴⁹

In de loop van de jaren negentig is Silvio Berlusconi de rijkste man van Italië geworden. Zijn eerste grote geld verdiende hij als projectontwikkelaar in de jaren zestig en zeventig. In 1978 richtte Berlusconi zijn eigen financiële holding op, sinds 1984 Fininvest genaamd, waarin zo'n 150 ondernemingen zijn ondergebracht. De bekendste daarvan is de Italiaanse voetbalclub AC Milan, maar ook verzekeringsmaatschappijen, warenhuizen, mediabedrijven en bouwfirma's zijn aangesloten bij Fininvest. Berlusconi bezit drie commerciële televisiezenders die gemiddeld zo'n veertig procent van het Italiaanse publiek weten te trekken: Rete 4, Canale 5 en Italia 1. Samen vallen deze zenders onder het mediaconglomeraat Mediaset. Ook is Berlusconi de eigenaar van verschillende dag- en weekbladen zoals de conservatieve krant *Il Giornale* en heeft hij uitgeverij Mondadori, één van de grootste uitgeverijen van Italië, in zijn bezit.⁵⁰

Sinds 1993, het jaar dat hij zijn politieke partij Forza Italia formeerde, domineert hij ook de Italiaanse politiek. Critici van Berlusconi zijn van mening dat hij de politiek inging omdat Fininvest werd geteisterd door financiële problemen.⁵¹ Berlusconi sloot allianties met de Lega Nord, de separatistische partij uit het noorden van Italië, en met de Alleanza Nazionale, de voormalige neofascisten uit het zuiden. Bij de verkiezingen van 1994, 2001 en 2008 was Berlusconi's Forza Italia de grootste partij van Italië.

⁴⁹ A. Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome* (New York 2006) 173.

⁵⁰ *Ibidem*, 25.

⁵¹ C. Padovani, *A fatal attraction. Public television and politics in Italy* (Lanham 2005) 45.

Zijn eerste campagne had als duidelijke boodschap dat alleen hij de puinhopen en het verraad van de linkse regeringen kon opruimen en de naoorlogse economie kon herstellen. Ook zou hij een alliantie met de Verenigde Staten sluiten en de Europese eenheid een duwtje in de rug geven. De tweede campagne voor de verkiezingen van 2001, toen Berlusconi meedeed met zijn nieuwe coalitie Casa della Libertà, was het tegenovergestelde en beloofde een gedetailleerd programma om de pensioenen te verhogen, de werkloosheid te halveren, te snijden in de belastingen en om de criminaliteit te verminderen. Zijn campagnes hadden steeds te kampen met verschillende problemen zoals beschuldiging van fraude, maffia-infiltraties in zijn openbare projecten, lidmaatschap van de geheime vrijmetselaarsloge P2, gebrek aan ervaring en overeenstemming in zijn partijallianties en tegenstrijdigheid in zijn persoonlijke belangen en politiek beleid. Dit voorkwam echter niet dat hij de verkiezingen toch wist te winnen.

Voor zijn campagnes beschikte Berlusconi over vrije toegang tot het publiek vanwege zijn continue aanwezigheid op de televisie, uitbuiting van zijn nieuwsmonopolie en coalitievorming achter de schermen. Berlusconi nam ideeën uit het bedrijfsleven over en paste deze toe op de politiek. Zo introduceerde hij betaalde telefoonnummers die kiezers konden bellen om voor een paar euro te kunnen luisteren naar Berlusconi of één van zijn bekende partijgenoten. Hij maakte gebruik van nationalistische sentimenten zonder zich daarbij schuldig te voelen over het fascistische verleden of over de keuze van zijn bondgenoten, hij deed uitgebreid onderzoek naar de publieke opinie en gebruikte voetbal als metafoor voor zijn politieke campagne.⁵²

Momenteel is Berlusconi bezig aan zijn derde termijn als premier van Italië nadat hij in 2008, met zijn coalitie Popolo della Libertà, de verkiezingen won van de linkse PD-leider Walter Veltroni. Berlusconi werd tot aan de Europese verkiezingen van 2009, toen hij werd beschuldigd van overspel met een minderjarige, niet geconfronteerd met crisismomenten. De sluimerende beschuldigingen van corruptie leken hem nooit direct te raken. In 2001 moest Berlusconi vier keer terecht staan wegens aantijgingen van corruptie. Zijn regering wist de wetgeving echter zo aan te passen dat de premier immuun werd voor verdere vervolging.⁵³ Op 7 oktober 2009 besloot het Constitutionele Hof van Italië echter dat dit in strijd is met het gelijkheidsbeginsel.

⁵² Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

⁵³ Michael E. Shin en John A. Agnew, *Berlusconi's Italy. Mapping contemporary Italian politics* (Philadelphia 2008) 104.

De premier van Italië is het regeringshoofd. Formeel gezien heeft de president de belangrijkste positie van de Italiaanse staat maar in de praktijk is de premier de belangrijkste en machtigste persoon in de Italiaanse politiek. De premier wordt aangewezen door de president. De taken van de premier komen overeen met die van de andere premiers in Europa. Hij stelt een lijst op van ministers die vervolgens door de president moet worden goedgekeurd. Ook is de premier verantwoordelijk voor het leiden van de ministers en het arbitreren tussen de politieke partijen.⁵⁴

Berlusconi heeft nooit een geheim gemaakt van zijn verlangen om een ‘presidentiële republiek’ te creëren, waarbij de uitvoerende macht veel meer zeggenschap krijgt en de macht van het parlement aanzienlijk wordt verminderd. Hij verschijnt zelden in het parlement. Zonder een werkelijke functie en zonder enige vorm van debat onder de parlementsleden heeft Forza Italia ook moeite om haar eigen leden te laten opdagen voor stemmingsrondes, met als gevolg dat het parlement vaak niet over het vereiste aanwezigheidspercentage beschikt.⁵⁵

Tijdens zijn tweede termijn, van 2001 tot 2006, introduceerde Berlusconi nieuwe wetgeving op het gebied van vrijheid van de arbeidsmarkt, onderwijsvernieuwing, belastinghervorming, afschaffing van de dienstplicht, het ingaan van het rookverbod en de bouw van grootschalige infrastructurele projecten. Van de beloften die hij tijdens de campagne aan de bevolking deed werd er slechts één nagekomen: de verhoging van het ouderdomspensioen. Analytici wezen op de slechte staat van de sociale hervormingen en de stagnatie van de Italiaanse economie tijdens zijn regering maar toch wist Berlusconi een crisis te voorkomen.⁵⁶

Hier zijn verschillende verklaringen voor. Marc Leijendekker, die dertien jaar lang correspondent in Italië is geweest voor het *NRC Handelsblad* en de NOS, noemt als eerste verklaring de herkenbaarheid van Berlusconi’s politieke stijl. Het gedweep met zijn familie, de minachting voor politiek en democratische spelregels waren boodschappen waar veel Italiaanse kiezers zich in konden herkennen. Daarnaast noemt Leijendekker nog vier factoren die het succes van Berlusconi verklaren: zijn geloofwaardigheid als vernieuwer, manipulatie

⁵⁴ L. Verhey, H. Broeksteeg en I. van den Driessche ed., *Political accountability in Europe: which way forward?* (Groningen 2008) 126.

⁵⁵ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 406.

⁵⁶ Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

van de media, het democratisch tekort van Italië en het onvermogen van links om Berlusconi te vervangen.⁵⁷

Volgens Jos de Beus heeft het ook in Berlusconi's voordeel gewerkt dat hij trouwe bondgenoten had in de Verenigde Staten en binnen de Europese Unie, die geen interesse meer hadden in een boycot na het fiasco met de Oostenrijkse rechts-populistische politicus Jörg Haider in 2000 en daarom bereid waren om Berlusconi's machtsmisbruik door de vingers te zien.⁵⁸ Berlusconi krijgt de laatste maanden echter steeds meer kritiek vanuit Europa. Zo wil onder andere VVD-Europarlementariër Hans van Baalen dat Eurocommissaris Neelie Kroes onderzoek doet naar de mediaconcentratie in Italië.

4.2 De Italiaanse media

De verstrengeling van de politiek en het bedrijfsleven is een constante factor in de geschiedenis van de Italiaanse media. Carlo De Benedetti, een Italiaanse grootondernemer, verklaarde in 1989 dat 'Italië het enige land is in het geïndustrialiseerde deel van de wereld waar de informatieverstrekking wordt gecontroleerd door de politiek en de grote ondernemingen'.⁵⁹ In de geschiedenis van zowel krant als televisie vormt het jaar 1976 een keerpunt. In dat jaar werd de krant *La Repubblica* opgericht en hiermee werd een uiterst kritische vorm van dagbladverslaggeving geïntroduceerd, die kenmerkend is geworden voor de landelijke dagbladen. Ook werd in 1976 het ethermonopolie van de staatstelevisie RAI, Radiotelevisione Italiana, doorbroken, zodat de weg werd vrijgemaakt voor concurrentie van particuliere zenders, in het bijzonder die van Silvio Berlusconi's Mediaset. De invloed van de politiek, met name op de televisie, is echter altijd gebleven.

De informatieverstrekking via de ether was voor 1976 altijd in handen van de christendemocratische partij DC. In de jaren vijftig bestond de RAI voornamelijk uit spelprogramma's, familieprogramma's en religieuze onderwerpen. Door massale arbeidsonrust in 1969 werd besloten dat de staatsomroep niet meer onder controle zou staan van de regering maar van een parlementaire commissie. Dit leidde echter tot de starre verdeling waarbij RAI 1 christendemocratisch bleef, RAI 2 in socialistische handen kwam en RAI 3 werd gecontroleerd door communisten. De politieke partijen waren de baas over deze kanalen en de nieuwsuitzendingen werden naar deze indeling ingericht zodat elke partij

⁵⁷ M. Leijendekker, *Het land van de krul. Italië achter de schermen* (Amsterdam 2007) 70.

⁵⁸ Kane, Patapan en 'T Hart ed., *Dispersed leadership in democracy*, z.n.

⁵⁹ A.M. Blok-Boas e.a., *Italië & Italië. Cultuurhistorische hoofdstukken uit het naoorlogse Italië* (Amsterdam 1992) 111.

voldoende minuten spreektijd kreeg in verhouding tot het aantal zetels in het parlement.⁶⁰ Dit systeem wordt ‘lottizzazione’ genoemd en bereikte een hoogtepunt in de jaren tachtig.

Door de nieuwe wetgeving van 1976 waarmee het monopolie van de RAI werd doorbroken, ontstond een voortdurend mediaduel tussen de staatsomroepen en de commerciële zenders. Pas in de jaren tachtig kwam er een duidelijke winnaar naar voren: Silvio Berlusconi. Zijn mediasucces heeft meerdere verklaringen. Hij maakt de beste analyses van het mediaklimaat, hij beschikt over een geniaal zakelijk inzicht, hij heeft een uitstekend gevoel voor de eisen van het medium televisie, hij zette zich persoonlijk in en had toentertijd goed contact met de twee belangrijkste regeringspartijen, de christendemocraten en de socialisten. Hij was een persoonlijke vriend van de socialistische partijleider Bettino Craxi en onderhield goede relaties met de belangrijkste christendemocratische politicus Giulio Andreotti.⁶¹ De drie zender van de RAI en de drie zenders van Berlusconi nemen momenteel zo’n dominerende positie in op de Italiaanse televisie dat vaak wordt gesproken over een ‘duopolie’.

De conditionering van pers en televisie door ondernemers en politiek blijft een terugkerend thema in discussies over het Italiaanse mediabeleid. De eigendomsverhoudingen in de Italiaanse pers passen in een traditie waarbij ondernemers zich verzekeren van een spreekbuis. De Britse financiële journalist Rupert Cornwell schreef hierover dat ‘in Italië, misschien meer dan elders, het bezit van een krant een essentieel onderdeel van de strijd tussen concurrerende belangengroepen en facties’ is.⁶² De kwestie van de eigendomsverhoudingen krijgt volgens Aart Heering, Italië-correspondent voor het *Algemeen Dagblad*, en Marc Leijendekker extra gewicht doordat de notie van onafhankelijkheid onder Italiaanse journalisten minder sterk ontwikkeld is dan in bijvoorbeeld de Angelsaksische pers. Voor een deel heeft dit te maken met het feit dat verslaggeving en onderzoeksjournalistiek niet in hoog aanzien staan. De literaire component heeft de overhand en in de Latijnse cultuur zijn opinies belangrijker dan feiten.

Wat voor de kranten geldt, gaat in nog grotere mate op voor de televisie. De politiek oefent zware druk uit op de staatstelevisie en de zenders van Berlusconi gaan controversiële onderwerpen bij voorkeur uit de weg. De notie van de pers als vierde macht is in Italië dan ook grotendeels afwezig.

⁶⁰ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rom*, 15.

⁶¹ Blok-Boas e.a., *Italië & Italië*, 121.

⁶² *Ibidem*, 125.

4.3 Berlusconi en de media

Volgens Liesbeth van Zoonen is Berlusconi de belichaming van alles wat er mis kan zijn met de combinatie van geld, media en politieke macht.⁶³ Berlusconi's geslaagde greep naar politieke macht in 1994 werd gedragen door de activiteiten van zijn media-imperium. Niet alleen als politicus maar ook als mediamagnaat heeft Berlusconi vernieuwing gebracht. De kijkers kregen populaire series als *Dallas* en *Baywatch*, soaps en goedkope Amerikaanse B-films voorgeschoteld, programma's die op de RAI niet werden uitgezonden. Daarnaast zond Berlusconi veel voetbal en eindeloze nabeschouwingen uit, en hij verleidde de kijkers met grote hoeveelheden schaars geklede vrouwen in onbenullige showprogramma's. Adverteerders kregen ook de toegang tot de televisie, iets wat bij de RAI niet mogelijk was, en het resultaat was een bombardement van reclamespotjes dat zijn weerga in Europa niet kende.

Zijn reclamebureau Publitalia 80 creëerde op basis van uitgebreide marktonderzoeken een campagne strategie die vooral door de programma's en reclames van zijn drie eigen televisiezenders uitgedragen werd. Toen Berlusconi bekend maakte dat hij de politiek inging deed hij dit via een door hemzelf opgenomen videoboodschap die hij naar alle journaals stuurde. De schaarse regels voor politieke informatie op televisie heeft hij altijd handig weten te omzeilen. In 2006 werden bijvoorbeeld twee maanden voor de verkiezingen strikte voorschriften opgesteld voor gelijke zendtijd. Berlusconi had echter de maand daarvoor ervoor gezorgd dat hij dagelijks op tv te zien was, zowel in sportprogramma's als spelshows en discussieprogramma's.⁶⁴

De manipulatie van de media door Berlusconi gaat verder dan reclame maken voor zichzelf en het zwartmaken van zijn tegenstanders. Één van zijn grootste successen was de manier waarop hij in 1995 een referendum onschadelijk maakte dat een ernstige bedreiging had kunnen vormen voor zijn mediamacht. Het referendum draaide om de vraag of de ontstane machtsconcentratie binnen de media mocht blijven bestaan en of er een maximum moest komen aan het aantal reclamespotjes. Berlusconi vertaalde deze vraag naar: 'wilt u de programma's kwijt waar u zo graag naar kijkt?' Op deze vraag antwoordden de kiezers natuurlijk 'nee'.⁶⁵

⁶³ L. van Zoonen, *Media, cultuur en burgerschap. Een inleiding* (Amsterdam 1999) 57.

⁶⁴ Leijendekker, *Het land van de krul*, 70.

⁶⁵ Padovani, *A fatal attraction*, 143.

Een ander voorbeeld was de poging om meer pluralisme in de media te garanderen. In 1994 bepaalde het hooggerechtshof van Italië dat Rete 4 een satellietzender moest worden om een frequentie vrij te maken voor meer concurrentie. Berlusconi's minister van Communicatie, Maurizio Gasparri, kondigde echter snel aan dat er dringende behoefte was aan een nieuwe mediawet. Als Mediaset het netwerk Rete 4 mocht behouden, zou dat echter wel betekenen dat het bedrijf in overtreding was wat betreft het maximum van dertig procent voor de Italiaanse mediamarkt. Gasparri besloot daarom dat alle andere media zoals muziek, boeken, video's, dvd's, films, reclamepanelen en wenskaarten ook beschouwd moesten worden als een onderdeel van dezelfde markt als radio, televisie en kranten. Opeens daalde Berlusconi's marktaandeel van meer dan dertig procent tot minder dan twintig procent.⁶⁶

Alleen het medium televisie is voor Berlusconi echt belangrijk. Zijn uitgeverij Mondadori heeft bijvoorbeeld een hele reeks kritische boeken uitgegeven over zijn eigen persoon. Berlusconi accepteert dit vanuit een puur zakelijk oogpunt want er valt geld mee te verdienen. De auteurs van deze boeken krijgen echter niet de kans om hun werk nader te verklaren op televisie, daar worden ze dood gezwegen. Zeventig procent van de Italianen is voor zijn nieuwsvoorziening uitsluitend of grotendeels afhankelijk van televisie. Daarom is het ook niet zo verwonderlijk dat veel laagopgeleide huisvrouwen, die voornamelijk naar het nieuws van Rete 4 kijken, op Berlusconi stemmen.⁶⁷

4.4 Censuur op de Italiaanse televisie

Te midden van al het commerciële mediageweld wordt de overheid vaak gezien als redder in nood. Door middel van wetgeving zouden de ergste uitwassen van de markt beperkt kunnen worden. De overheid zelf is in zekere mate ook een belangrijke eigenaar van de media, bijvoorbeeld via de publieke omroepen.⁶⁸ Maar toen Silvio Berlusconi premier werd heeft hij ook controle gekregen over de Italiaanse staatsomroep RAI. Direct na de verkiezingen beloofde hij nog dat hij zich volledig afzijdig zou houden van alle beslissingen over de RAI, de omroep die tenslotte zijn belangrijkste concurrent was. Maar als mediamagnaat kon Berlusconi de verleiding niet weerstaan om in te grijpen. Hij verklaarde hierover het

⁶⁶ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 233.

⁶⁷ Daniel C. Hallin en Paolo Mancini, 'Italy's television, Italy's Democracy', *Open Democracy* (18-07-2001) 2.

⁶⁸ Van Zoonen, *Media, cultuur en burgerscha*, 65-66.

volgende: ‘Het is abnormaal als de publieke zenders in een democratisch systeem als dat van Italië, tegen de regering zijn’.⁶⁹

Berlusconi stelde een nieuwe raad van bestuur in voor de RAI en zijn werknemers werden benoemd aan het hoofd van de nieuwsuitzendingen van RAI 1 en RAI 2 waardoor vijf van de zes belangrijkste Italiaanse zenders werden geleid door aanhangers van Berlusconi. Door de strijd om de RAI werd de agressieve toon van de nieuwe Italiaanse politiek meteen duidelijk. Rechts, waaronder Forza Italia en diens alliantiepartijen, toonde zich genadeloos tegenover de oppositie door deze als ‘vijand’ te bestempelen, regelmatig uit te schelden, te beledigen en uit te joelen in een publiek debat. Met de intrede van Berlusconi is de taal in de Italiaanse politiek steeds harder geworden.

In april 2002, negen maanden nadat Berlusconi voor de tweede keer premier van Italië was geworden, werd duidelijk wat hij precies verwachtte van de nieuwe raad van bestuur van de RAI. Tijdens de verkiezingscampagne, op 14 maart 2001, hield de populaire komiek en talkshowpresentator Daniele Lutazzi in zijn programma op RAI 2 een interview met de bekende jonge journalist Marco Travaglio. Travaglio werd geïnterviewd over zijn nieuwe boek *De geur van geld*, waarin talrijke maffia-aanklachten tegen Berlusconi werden uiteengezet, ondersteund door gerechtelijke documenten en transcripties. Hiermee doorbrak Lutazzi een taboe dat sinds Berlusconi’s intrede in de politiek van kracht was: zijn banden met de maffia. Geen enkele commerciële omroep of staatsomroep had eerder aandacht aan dit onderwerp durven besteden. De kijkcijfers van Lutazzi’s programma bereikte een recordhoogte. De directeur van RAI 2, Carlo Freccero, vertelde Travaglio na afloop dat het interview goed was verlopen maar dat hij wist dat zijn dagen als hoofd van de zender waren geteld.⁷⁰

Ook was Berlusconi woedend op Enzo Biagio, de meest gerespecteerde televisiejournalist van Italië die in 2007 overleed. Biagio had een interview afgenomen met Indro Montanelli, de voormalig conservatieve redacteur van *Il Giornale* en een fervente criticus van Berlusconi. In dat interview had Montanelli het fenomeen Berlusconi beschreven als een gevaarlijke ziekte waar Italië immuniteit tegen moest opbouwen. Ook noemde hij Berlusconi een pathologische leugenaar. Twee dagen na deze uitzending presenteerde Michele Santoro, één van de beroemdste televisiejournalisten van de RAI, een programma over Marcello Dell’Utri, de medeoprichter van Forza Italia, en over de herkomst van

⁶⁹ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 233.

⁷⁰ Ibidem, 320.

Berlusconi's vermogen. Berlusconi hekelde het 'criminele gebruik' van de staatsomroep tijdens de verkiezingscampagne en richtte zich natuurlijk in het bijzonder tot Lutazzi, Biagio en Santoro. Binnen enkele maanden na de instelling van de nieuwe raad van bestuur van de RAI werden de programma's van deze drie televisiepersoonlijkheden uit de ether gehaald.

Clemente Mimun werd door Berlusconi aangesteld als nieuwsdirecteur van RAI 1 en bewees kort na Berlusconi's herverkiezing dat hij te vertrouwen was. Tijdens de G8-top van juli 2001 in Italië slaagde een cameraman van TG2, het avondjournaal op RAI 2, erin om een twintig minuten durend filmpje te maken waarin te zien was hoe de Italiaanse politie demonstranten te lijf ging. De politie viel onder andere een groep aan die voornamelijk uit jonge meisjes bestond en vrouwen die met hun handen in de lucht schreeuwen dat ze bij een katholieke werkgroep hoorden. Mimun, die toentertijd nog hoofd van de TG2 was, zond het beeldmateriaal niet uit. Door Mimun over te plaatsen naar RAI 1 wist Berlusconi zich ervan te verzekeren dat op het belangrijkste overheidskanaal niet langer dit soort incidenten zouden voorkomen.⁷¹

In november 2003 moest een andere televisiepersoonlijkheid het ontgelden, namelijk de populaire comédienne Sabina Guzzanti. In haar nieuwe show RaiOt, een verwijzing naar het Engelse woord 'riot', vuurde ze een aantal aanvallen af op Berlusconi en Mediaset. Zo verwees ze naar het feit dat Mediaset Rete 4 in de ether had weten te houden, wat in strijd was met het vonnis wat het Hooggerechtshof had vastgesteld. Ook vertelde ze dat Italië op de 53^e plaats ter wereld stond op het gebied van persvrijheid. 'Hebt u het niet gehoord op onze avondjournaals? Ach nee, natuurlijk niet, anders zouden we niet op de 53^e plaats staan', grapte Guzzanti.⁷² De show was een succes bij het publiek maar in de politiek brak een storm van protest uit. De RAI schortte de show op en Mediaset diende een klacht in tegen Guzzanti. De comédienne mocht haar programma alleen behouden als ze ermee instemde de show een week voor de uitzending te laten goedkeuren door de directie van het netwerk. Guzzanti weigerde wat ertoe leidde dat het programma werd geschrapt.⁷³

In het artikel 'Managed democracy in Russia: Putin and the press' beschrijven Masha Lipman en Michael McFaul op welke wijze Vladimir Poetin, na zijn verkiezing tot president in 2000, de onafhankelijke media onschadelijk heeft gemaakt. Hierbij vertoont de Russische situatie onder Poetin een aantal overeenkomsten met de Italiaanse situatie onder Berlusconi.

⁷¹ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 371.

⁷² Ibidem, 376.

⁷³ Padovani, *A fatal attraction*, 205.

De belangrijkste overeenkomst is dat de balans tussen staatstelevsie en commerciële televisie steeds meer ten gunste van de staat is verschoven. Ook Poetin wist zowel de staatsomroepen als de commerciële oproepen te herstructureren en de controleren. De conclusie die Lipman en McFaul hieraan verbinden is daarom ook van toepassing op Italië:

'After the government forces a few obstreperous independent media out of business, it rids itself not only of troublesome enemies, but it also sends a potent warning message. It demonstrates to the surviving independents that criticizing the political leadership is a potentially fatal error. When a country's free press has been silenced in this manner, democratic governance becomes a sham'.⁷⁴

Alexander Stille, een Amerikaanse journalist en Italië-deskundige, beschrijft in zijn boek *Silvio Berlusconi. De inname van Rome* talloze voorbeelden van incidenten waarbij Berlusconi of iemand uit zijn politieke kring hebben ingegrepen op de staatstelevsie en zelfs bij de grote kranten als *Corriere della Sera* en *La Stampa*. Sinds 2008 is Berlusconi voor de derde keer premier van Italië en heeft hij dus weer zes kanalen onder zijn controle. Ondanks dat Berlusconi zowel de staatstelevsie als de commerciële omroepen stevig in zijn greep heeft klaagt Berlusconi dat 85 procent van de pers tegen zijn regering is gekant. Aangezien bijna zeventig procent van de Italiaanse bevolking voor zijn nieuwsvoorziening afhankelijk is van televisiejournals die hij vrijwel volledig kan controleren, is Berlusconi's bewering volstrekt absurd.

4.5 Het debat over Silvio Berlusconi: nuancering van het gangbare beeld

Al is Berlusconi's macht niet volledig, toch is hij een beangstigend voorbeeld van wat je met geld en controle over de media allemaal kunt bereiken. Er zijn in de wereld nog een aantal dergelijke mediatycoons, zoals Leo Kirch in Duitsland en Rupert Murdoch in Groot-Brittannië. De autonomie van de media en hun professionals, zoals programmamakers en journalisten, tegenover de wensen van hun eigenaars lijkt gering te zijn. Vooral in het geval van Berlusconi is te zien hoe mediabedrijven kunnen functioneren als propaganda-instrumenten van de overwegend conservatieve zakenmannen en hun welgestelde vrienden. Zij zijn volgens Liesbeth van Zoonen het levende bewijs van de klassieke uitspraak van Karl

⁷⁴ Graber ed., *Media power in politics*, 412.

Marx dat ‘de ideeën van de heersende klasse altijd de heersende ideeën zijn’.⁷⁵ Marx bedoelde hiermee dat de klasse die over de materiële productiemiddelen en kapitaal beschikt, altijd in staat is om de ideeën in een samenleving naar haar hand te zetten. Silvio Berlusconi lijkt van alle mediatycoons de meest ambitieuze in het combineren van mediacontrole en politieke macht.

Berlusconi is een fenomeen dat Italië overstijgt. Paul Ginsborg, historicus en Italië-deskundige, wijst net als Van Zoonen op andere mediamagnaten die een politieke rol spelen. Tijdens de verkiezingen van 1979 in Groot-Brittannië gooide Rupert Murdoch het gewicht van zijn kranten *The Sun* en *The News of the World* in de strijd om Margareth Thatcher te steunen. In de jaren tachtig kreeg hij ook *The Times* en *The Sunday Times* in zijn bezit, alsmede de Britse satelliettelevisie. Murdoch en Thatcher onderhiielden in deze periode een hechte vriendschap.⁷⁶

Alexander Stille trekt een parallel met de manier waarop informatie in de Verenigde Staten wordt gemanipuleerd door toonaangevende nieuwszenders als Fox News en Sinclair Broadcasting. Ook daar is weinig aandacht voor journalistieke kernwaarden zoals de notie van onpartijdigheid of evenwicht in de berichtgeving. Zo werd er tijdens de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2004 een verhaal bedacht dat presidentskandidaat John Kerry had geknoeid met zijn oorlogsverleden, een verhaal dat uiteindelijk niet waar bleek te zijn maar toch een maand lang in stand werd gehouden op de televisie. Deze media waren dan wel geen eigendom van George Bush maar gedroegen zich wel op een manier die lijkt op de Italiaanse media onder Berlusconi.

Stille is daarnaast ook van mening dat Silvio Berlusconi goed past in de verpersoonlijking van de politiek door middel van televisie, de ondergang van de traditionele politieke partijen en de opkomst van miljardairs als Ross Perot en Ross Forbes in de politieke arena. De noodzaak om een zwaar partijapparaat te omzeilen door grote hoeveelheden zendtijd te kopen is geen specifiek Italiaans verschijnsel. Vladimir Poetin, die regelmatig te gast is in het zomerhuis van Berlusconi op Sardinië, kon gemakkelijk de verkiezingen in Rusland winnen nadat hij de controle had gekregen over vrijwel alle televisiezenders van het land. Zelfs in de Verenigde Staten, eerst onder Robert Reagan en later onder George Bush

⁷⁵ Van Zoonen, *Media, cultuur en burgerschap*, 58.

⁷⁶ P. Ginsborg, *Silvio Berlusconi. Television, power and patrimony* (Londen 2004), 38-39.

junior, werden door de president maatregelen genomen om de beperkingen aan machtsconcentraties in de media te versoepelen.⁷⁷

Michael Shin en John Agnew, beiden hoogleraar Geografische wetenschappen aan de universiteit van Californië, brachten in 2008 een boek uit over Berlusconi met een andere kijk op Berlusconi's succes en het gebruik van de media. In het boek *Berlusconi's Italy. Mapping contemporary Italian politics* gaan ook zij uit van het idee dat de politiek tegenwoordig wordt gedomineerd door controle op de massamedia in het algemeen en televisie in het bijzonder, in plaats van sociale affiniteit en verschillende politiek-economische klassen. Wat deze twee wetenschappers echter betwijfelen is of Berlusconi's monopolie op de media wel een doorslaggevend effect heeft op de nationale politiek. In tegenstelling tot wat historici en politicologen tot nu toe hebben geschreven zijn Shin en Agnew van mening dat Berlusconi zijn succes voornamelijk te danken heeft aan zijn rol van politicus dan als mediamagnaat.⁷⁸

Ten eerste wist Berlusconi succesvolle coalities te vormen door verschillende politieke stromingen, waarvan de belangrijkste de Lega Nord en Alleanza Nazionale, samen te brengen in een rechtse coalitie. Daarnaast is Forza Italia een grote organisatie geworden met een uitgebreid ledenbestand, de partij is niet slechts een verkiezingsinstrument dat vanuit Mediaset opereert. Het is Forza Italia gelukt om de dominantie over de nationale media succesvol te combineren met de lokale campagnevrijd. ITANES, een Italiaanse organisatie die onderzoek verricht naar verkiezingscampagnes, toonde aan dat het imago van Berlusconi slechts een beperkt voordeel bood in de campagnevrijd. Andere kandidaten waren net zo populair. Het voordeel van Berlusconi lag in zijn investeringen in de campagnevrijd van Forza Italia, de coalitiepartners, de centrale thema's van zijn campagne, het vermogen om de rechtse partij een echte identiteit te geven en de lokale activiteiten van de partij.⁷⁹

Daarnaast moet men niet vergeten dat in Italië de afkeer van politiek sterk aanwezig is in de samenleving. In het verleden is gebleken dat de hele Italiaanse politiek is doordrenkt van corruptie, wat heeft geleid tot de val van de Eerste Republiek in 1992. De Italiaanse kiezers herkennen zich in Berlusconi's antipolitiek en minachting voor de rechterlijke macht. Toen Berlusconi in 1994 de politiek betrad met de belofte te breken met het verleden en de oude politiek, en vooral de nadruk legde op familie, religie en het vaderland, wist hij goed in te spelen op de politiek onverschillige gevoelens binnen de Italiaanse samenleving.⁸⁰

⁷⁷ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 19-20.

⁷⁸ Shin en Agnew, *Berlusconi's Italy*, 22-23.

⁷⁹ Ibidem, 92-122.

⁸⁰ Ardiccioni, *Divino con media*, 167.

Het fenomeen Berlusconi verdient dus enige nuancering. Om de situatie in Italië te begrijpen moet men zich niet alleen richten op zijn televisie-monopolie. Hiermee worden andere belangrijke factoren in de Italiaanse staat genegeerd, zoals bijvoorbeeld het traditionele patronagesysteem en de verdwijning van het communisme. Daarnaast is het een feit dat televisie in Italië altijd gepolitiseerd is geweest toen de drie kanalen van de publieke omroep werden gedomineerd door de grootste politieke partijen van dat moment. Ook deze *lottizzazione*, verkaveling, was niet politiek correct, hoewel er toen wel een pluraliteit aan meningen bestond.⁸¹ Wat Berlusconi vooral heeft weten te bereiken via de televisie is het veranderen van de voorkeur van de Italiaanse kiezers voor het type ‘celebrity politician’.

Daarnaast is eerder in deze scriptie al duidelijk geworden dat kiezers niet louter consumenten van informatie zijn die hun politieke voorkeur laten bepalen door de media, zoals meestal wordt beweert over Berlusconi’s politieke succes in Italië. Zoals in het onderzoek van Shin en Agnew duidelijk werd was niet het imago van Berlusconi maar de inhoud van zijn campagne de doorslaggevende factor bij verkiezingen. Het feit dat hij zijn campagnebeloftes niet nakomt leidt tot grote ontevredenheid onder de Italiaanse burgers en ondanks zijn monopolie op de media is zijn politieke positie momenteel instabiel.

⁸¹ Ginsborg, *Silvio Berlusconi. Television, power and patrimony*, 39/116.

1. Nicolas Sarkozy: ‘The Sarkozy Factor’.

5.1 De snelle opkomst van Nicolas Sarkozy

Op 6 mei 2007 koos Frankrijk met 53 procent van de stemmen Nicolas Sarkozy tot nieuwe president. In meerdere opzichten is de zesde president van de Vijfde Republiek een ‘outsider’. Hij komt niet uit de traditionele sociale elites en hij is niet opgeleid aan de *École nationale d’administration*, in tegenstelling tot vele andere Franse politici. Hij is de zoon van een aristocratische Hongaarse immigrant die in de jaren veertig naar Frankrijk was gevlucht uit angst voor het communisme. Nicolas Sarkozy is echter, net als zijn voorgangers Mitterrand en Chirac, een politicus in hart en nieren.

Op 28-jarige leeftijd werd Nicolas Sarkozy burgemeester van de Parijse voorstad Neuilly en hij werd hiermee ook de jongste burgemeester van Frankrijk. Zes jaar later werd hij parlamentslid en weer vier jaar later, in 2002, werd hij door Jacques Chirac benoemd tot minister van Binnenlandse Zaken en Ruimtelijke Ordening. In 2004 werd hij gekozen tot minister van Financiën. Deze functie legde hij eind 2004 neer om het voorzitterschap van de centrumrechtse partij UMP, de Union pour un Mouvement Populaire, over te nemen van Alain Juppé. In 2005 combineerde hij deze functie met zijn tweede ministerspost bij het Ministerie van Binnenlandse Zaken.

Vanaf het eerste moment dat Sarkozy de politiek betreedt is hij duidelijk over zijn ambities: hij wil in het Élysée terecht komen en Frankrijk hervormen. Sarkozy werd eens door zijn vrienden gevraagd of hij minister wilde worden. Zijn antwoord was helder: ‘Non, président de la République’.⁸² Ondanks felle tegenstand binnen zijn eigen politieke kring van zowel president Jacques Chirac als premier Dominique de Villepin slaagde Sarkozy er in 2007 in om zich als enige kandidaat van centrumrecht te profileren voor de presidentsverkiezingen. In de eerste ronde behaalde hij de meeste stemmen en in de tweede ronde wist hij de socialistische kandidate Ségolène Royal te verslaan.

De presidentsverkiezingen in Frankrijk van 2007 wijzen om meerdere redenen op een snel veranderende politieke cultuur. Ten eerste omdat voor het eerst in de Franse geschiedenis een vrouw wist door te stromen naar de tweede ronde. Ten tweede omdat de verkiezingen vanwege het mediaspektakel een breuk betekenden met eerdere campagnes. De relatief jonge

⁸² A. Hausser, *Sarkozy. L’ascension d’un jeune homme pressé* (Parijs 1995) 276.

kandidaten Sarkozy en Royal investeerden veel in de vormgeving van hun campagne, ze lieten zich omringen met bekende acteurs, sporters en musici en gedroegen zich als popsterren. In combinatie met het gebruik van de nieuwste media, zoals het internet en weblogs, verleenden hun uitgekende mediacampagnes de tegenwoordige personalisering en popularisering van politiek een nieuwe dimensie. Dat de politiek leeft in Frankrijk werd duidelijk bij de uitkomst van beide stemronden: ruim tachtig procent van de kiezers bracht een stem uit.⁸³

Voor Nicolas Sarkozy is politiek een kwestie van imagebuilding. Net als Valéry Giscard d'Estaing, president van Frankrijk van 1974 tot 1981, introduceerde de nieuwe president een persoonlijke, losse communicatieve stijl waarmee hij zich wilde onderscheiden van zijn directe voorgangers. Zo ging hij er bijvoorbeeld mee akkoord dat Yasmina Reza, een theaterschrijfster, met hem meeliep tijdens de presidentiële campagne en hier een verslag over uitbracht genaamd *L'aube les oir ou la nuit*. Reza benadrukte in haar boek Sarkozy's openlijke bewondering voor de Amerikaanse cultuur.

Sarkozy beschikt over een uitgebreid netwerk binnen de media en omringt zich met communicatieadviseurs, media-experts, pr-mensen en spindoctors. Zijn doel is om voortdurend de agenda van de media te bepalen. Al tijdens zijn ministerschap haalde Sarkozy herhaaldelijk de internationale pers door harde uitspraken te doen over onder andere de problematiek in de Franse voorsteden. Zo beweerde hij dat hij ze 'met een Kärcher-hogedrukspuit' zou schoonmaken en zich zou 'ontdoen van het gespuis'.⁸⁴

Sarkozy is achtereenvolgens omschreven als een liberaal, conservatief, neogaullist en zelfs neofascist. In de media heeft hij de volgende bijnamen gekregen: Star-kozy, Tras-kozy of Sarkoléon. Niek Pas, historicus aan de Universiteit van Amsterdam en Frankrijk-specialist, is echter van mening dat, als er al zoiets zou bestaan als het 's(t)arkozisme', dit dan vooral van toepassing is op de nieuwe stijl van communiceren. Maar ook hierbij zet Pas zijn vraagtekens: past Sarkozy met zijn publieke optredens niet in de langere traditie van charismatisch en mediagericht leiderschap dat teruggaat van Mitterand tot Napoleon en Lodewijk XIV?⁸⁵

⁸³ N. Pas, *De geschiedenis van Frankrijk in een notendop* (Amsterdam 2008) 135.

⁸⁴ Ibidem.

⁸⁵ Ibidem.

5.2 Sarkozy's plaats in de politiek

De politieke partij die Nicolas Sarkozy vertegenwoordigt is de centrumrechtse partij UMP. Deze partij is in 2002 ontstaan uit een fusie tussen de neogaullistische RPR onder leiding van Jacques Chirac en de liberale DL van Jean-Pierre Raffarin. Er werd besloten tot deze fusie om alle centrumrechtse krachten achter Jacques Chirac te verzamelen bij de presidentsverkiezingen van dat jaar. Sarkozy begreep dat een politicus een sterk en rijk partijapparaat nodig had. De partij heeft namelijk geld en daarmee kan een dure campagne gevoerd worden. Sarkozy moest net als Chirac zorgen dat de partij volledig in dienst van de partijleider zou komen te staan. Alain Juppé, die sinds 2002 partijvoorzitter was, moest in 2004 vanwege een veroordeling tot gevangenisstraf deze functie neerleggen. Sarkozy nam deze kans met beide handen aan en legde hiervoor zijn ministerschap neer. De Belgische journalist Maarten van der Roest schreef hierover: 'Hij had de oorlogsmachine van de UMP nodig om de veldslag om het Elysée te winnen [...]'.⁸⁶

De Franse president wordt voor vijf jaar gekozen bij een absolute meerderheid van de stemmen door alle kiesgerechtigden. Hij hoeft geen verantwoording af te leggen aan het parlement, alleen tegenover het volk. De president heeft het recht de ministers en de premier te benoemen en hij kan de tweede kamer, de Assemblée Nationale, ontbinden en nieuwe algemene verkiezingen uitschrijven. Het Franse staatshoofd heeft verder de bevoegdheid om directe uitspraken van het volk te vragen bij wetsontwerpen of andere belangrijke beslissingen.⁸⁷ Dit is een verschil met bijvoorbeeld de rol van de president in Italië. Deze heeft geen uitvoerende macht en hoort boven de politieke partijen te staan. Hij moet de rechtstaat en de nationale eenheid bewaren en kan alleen op momenten van grote verdeeldheid een beslissende rol spelen.

Sinds 1995 gelden in Frankrijk de volgende regels voor de financiering van presidentiële verkiezingscampagnes. Kandidaten mogen geen giften meer aannemen van bedrijven en particulieren mogen niet meer dan 4500 euro geven. Het uitgavenlimiet voor een kandidaat is in de eerste ronde 13,5 miljoen euro en 18 miljoen euro in de tweede ronde. De staat neemt een groot deel van de papier- en drukkosten voor haar rekening en geeft iedere kandidaat die minstens vijf procent van de stemmen heeft behaald vijftienduizend euro.⁸⁸

⁸⁶ M. van der Roest, *Nicolas Sarkozy* (Soesterberg 2007) 165.

⁸⁷ A. Knapp en V. Wright, *The government and politics of France* (Londen 2001) 85.

⁸⁸ M. Chavannes, *Frankrijk achter de schermen. De stille revolutie van een trotse natie* (Amsterdam 2000) 142.

De stelling in het debat over de toeschouwersdemocratie, dat de partij minder belangrijk wordt, lijkt in het geval van Sarkozy en Berlusconi niet op te gaan. Voor Sarkozy was de partij belangrijk genoeg om zijn ministerschap op te geven. Alleen via de partij kon hij zichzelf presenteren als de nieuwe toekomstige president van Frankrijk en had hij genoeg financiële middelen tot zijn beschikking om een uitgebreide campagne te voeren. Voor Berlusconi is Forza Italia minstens net zo belangrijk. Hoewel Berlusconi zijn partij niet nodig heeft als financiële bron, hij is al rijk genoeg, heeft de stijl van Forza Italia en haar politici Berlusconi op de kaart gezet voor het Italiaanse publiek. Wel draaien de partijen zowel in het geval van Sarkozy als Berlusconi om de politieke leider en minder om de politieke boodschap. In dat opzicht past de verhouding tussen Sarkozy en Berlusconi en hun partij weer wel in traditie van de toeschouwersdemocratie.

Nicolas Sarkozy lijkt niet te beschikken over een consistent ideologisch programma. Zowel aan de linker- als rechterkant van het politieke speelveld schopt Sarkozy de gevestigde politieke patronen danig in de war. Hij voerde een uitgekende campagne, populistisch en communicatief. Door programmapunten van extreem rechts aan zijn campagne toe te voegen liep de achterban van Jean-Marie Le Pen, lijsttrekker van de extreem rechtse en nationalistische partij Front National, massaal over naar Sarkozy. Hij beloofde resoluut te breken met het beleid van Jacques Chirac en met de erfenis van Mei '68, toen er een algemene staking uitbrak in Frankrijk wat revolutionaire vormen aannam. In de aanloop naar de tweede verkiezingsronde benadrukte Sarkozy zijn wens om 'de boel' in Frankrijk bij elkaar te houden.

Na het winnen van de presidentiële verkiezingen stelde Sarkozy een regering samen waarin niet alleen het centrum, de UDF, was vertegenwoordigd maar waarin ook belangrijke socialisten een plaats kregen. Voorbeelden hiervan zijn Mei '68-icoon Bernard Kouchnet die de post van minister van Buitenlandse Zaken mocht bekleden en de Frans-Algerijnse socialiste Fadela Amara die werd gekozen tot staatssecretaris van Stedenbeleid. Ook vernieuwend is het aantal vrouwen in de Franse regering. De 'Sarkosettes' werden minister of staatssecretaris in het kabinet onder leiding van François Fillon. Opvallend is Sarkozy's voorkeur voor jonge mediagenieke vrouwen afkomstig uit immigrantenfamilies. Naast de al eerder genoemde Fadela Amara zijn dit de Frans-Senegalese Rama Yade, de staatssecretaris van Buitenlandse Zaken en Mensenrechten, en de Marokkaans-Algerijnse Rachida Dati, minister van Justitie. Voor de voorstanders van Sarkozy betekent dit een modernisering in de

Franse politiek, voor zijn tegenstanders is dit een cynische manier van machtspolitiek bedrijven en een poging om links te breken.

Vanaf het begin van zijn verkiezing is Sarkozy in de weer om diverse hervormingen tot gang te brengen. Zelfs tijdens het zomerreces van 2007 kwam het parlement bijeen voor een speciale sessie. De schijnbaar tomeloze energie die Sarkozy uitstraalt leverde hem al snel nieuwe bijnamen op, zoals hyperprésident en omniprésident. Sarkozy is overal, hij is altijd iets aan het regelen en niets ontgaat hem. Op de discrete stilte tijdens de scheiding van zijn tweede vrouw Cécilia Ciganer-Albéniz vanaf december 2007 volgde een aan het exhibitionisme grenzende relatie met de Italiaanse zangeres Carla Bruni. De relatie tussen de twee, die in februari 2008 resulteerde in een huwelijk, werd breed uitgemeten in de nationale en internationale pers en leidde tot veel kritiek onder de Fransen.

5.3 De Franse media

Fransen lezen weinig kranten per hoofd van de bevolking. Op de ranglijst van het aantal krantenlezers per duizend inwoners staat Frankrijk op de 21^e plek, lager dan Nederland.⁸⁹ Men leest in Frankrijk steeds meer tijdschriften en gestaag minder dagbladen. Van een piek direct na de Tweede Wereldoorlog, toen oplages van zes miljoen werden verkocht, zijn de landelijke dagbladen afgedaald naar een gezamenlijke oplage van 2,5 miljoen. Oude titels zijn verdwenen terwijl nieuwe titels het maar zelden weten te redden. In Frankrijk bestaat één vakbond voor arbeiders die in de drukkerij of in de distributie van kranten werken, genaamd het Syndicat du Livre. Bij de week- en maanddagbladpers heeft het Syndicat du Livre nauwelijks een rol van betekenis. Hierdoor komen nieuwe initiatieven op deze markt makkelijker tot uitvoering en zijn de productiekosten lager. Op de dagbladenmarkt belet het Syndicat du Livre nieuwe ondernemingen, zijn de personeelskosten te hoog en de kranten te duur. De Franse overheid steunt sinds de wederopbouw de pers en is zelf verantwoordelijk voor het distributiesysteem dat Frankrijk onderscheidt van de meeste overige landen. Tot op heden bestaat er een ingewikkeld bouwwerk van subsidieregelingen voor de dagbladen. De kranten schrijven daar echter zelden over, het is niet iets om trots op te zijn.

Terwijl de gedrukte pers wordt ondersteunt door het Ministerie van Cultuur en Communicatie zijn de elektronische media sinds het presidentschap van Mitterand in de jaren tachtig gedeeltelijk geprivatiseerd.⁹⁰ Tientallen nieuwe radio- en televisiestations zijn de

⁸⁹ Chavannes, *Frankrijk achter de scherm*, 277.

⁹⁰ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 132.

markt op gegaan met gemengde resultaten. Net als in de rest van de westerse wereld worden de meeste uren gevuld met beeld en geluid om adverteerders te lokken. Het eerste televisiekanaal TF 1 kwam na privatisering in handen van Frankrijks grootste aannemersgroep Bouygues. Het achtuurjournaal op deze zender is verreweg het best bekeken journaal van Frankrijk. Andere commerciële zenders zijn Canal Plus, M6 en tientallen andere kabel- en satellietkanalen, opgezet door grote groepen met mediabelangen. De meest interessante hiervan is LCI, een permanente nieuwszender, opgezet door TF 1, die alleen op de kabel te bekijken is en een hoge graad van objectiviteit heeft. De zender organiseert permanent actuele discussies tussen de belangrijkste personen in publieke kwesties.

De publieke omroep is verantwoordelijk voor de landelijke televisiezenders France 2 en France 3. Het onderscheid tussen de twee is niet heel duidelijk, behalve dat France 3 meer regionale programma's uitzendt. De zenders hebben nog geen gouden formule gevonden om zinvolle programma's te maken en veel kijkers te trekken. Het personeel heeft een ambtenarenstatus, een garantie voor overbemannings en een hoog percentage vakbondsleden. Topfuncties bij de publieke omroep worden nog steeds vervuld door geestverwanten van de Franse regering maar de tijd dat ministers bepaalden wat wel en niet in het journaal thuis hoorde is voorbij. Politieke hoofdrolspelers bellen wel op als zij een radio- of televisie-interview willen doen en weinig redacties zullen dit afwijzen.

Hoewel Frankrijk geen persbaronnen en mediatycoons kent zoals in Italië en Groot-Brittannië, maken veel media wel deel uit van grote ondernemingen. Dat betekent dat deze media over bepaalde onderwerpen niet vrij zijn om te berichten wat zij nieuwswaardig vinden. Deze ondernemingen hebben ook een aantal bekende uitgeverijen overgenomen waardoor ook in Frankrijk de journalistiek is onderworpen aan de beperkingen die deze machtige groepen haar oplegt. Deze ondernemingen zijn onder andere Vivendi, de Groupe Lagardère en Pinault Printemps Redoute. Daarnaast zijn ook in Frankrijk de politiek en de media geen strikt gescheiden terreinen.

Thomas Ferenczi, één van de redacteuren van *Le Monde*, klaagde dat journalisten en politici, zowel rechts als links, tot dezelfde 'microcosm' behoren. 'When they are young they go to the same schools, later they live in the same areas, go to the same holiday resorts, and so on'.⁹¹ Volgens Ferenczi heerst er in Frankrijk een wezenlijke angst dat de democratie op deze manier in gevaar komt. Journalisten en politici staan zo dicht bij elkaar en hebben hun eigen

⁹¹ Graber ed., *Media power in politics*, 39.

ideeën over welke onderwerpen de media zouden moeten verslaan. Hierbij worden de belangen en interesses van de bevolking opzij geschoven.

5.4 S(t)arkozy en de media

Nicolas Sarkozy is altijd aanwezig in de media. Al in 2004, nog voor zijn voorzitterschap van de UMP en nog drie jaar voor de presidentsverkiezingen, werd hij in de *Economist* al omschreven als: ‘A child of the television era, with a taste for showmanship, he knows how to use the media [...]’.⁹² Sinds zijn presidentschap wordt politiek Parijs opgeschud door schandalen en vermakelijke anekdotes en Sarkozy laat zich graag omringen door binnen- en buitenlandse sterren. Sarkozy en zijn derde echtgenote Carla Bruni etaleren graag hun privéleven, iets waar de roddelbladen van genieten. In dit opzicht past Nicolas Sarkozy bij de nieuwe generatie politieke leiders van de toeschouwersdemocratie en werkt hij bereidwillig mee aan de personalisering, de ‘pipolisation’, van de politiek.⁹³

Deze aanpak is een directe breuk met de politieke stijl van Sarkozy’s voorgangers Jacques Chirac en François Mitterand. Olivier Duhamel, een Franse jurist en politicoloog beschouwt Sarkozy als de eerste Franse politicus die de videocratie, de overheersing van het beeld en diens verspreiding via televisie, volledig omarmd heeft.⁹⁴ Terwijl Sarkozy ontspannen en open is naar de pers, waren Mitterand en Chirac terughoudend en gedroegen zich gereserveerd. Met name Mitterand wilde nooit over zijn privéleven praten en gedroeg zich als een republikeinse monarch. In de Franse en zuidelijke traditie is politieke macht onaantastbaar. Dit is een groot verschil met de Angelsaksische traditie die vooral kritisch is.⁹⁵

Het begin van Sarkozy’s hechte band met de media dateert uit 1993, tijdens zijn burgemeesterschap in Neuilly. Op 13 mei drong een gewapende en gemaskerde man een kleuterklas van een lagere school binnen. De onbekende man, die later de bijnaam Human Bomb kreeg, had een aantal staven dynamiet bij zich en gijzelde 46 uur lang een klas met eenentwintig peuters. De man eiste honderd miljoen frank en een vluchtauto. Zodra Sarkozy op de hoogte werd gebracht van het gijzelingsdrama begaf hij zich onmiddellijk naar de school om persoonlijk met de gijzelnemer te onderhandelen.

⁹² ‘Nicolas Sarkozy and the reform of France’, *Economist* 372 (2004) 51-52.

⁹³ N. Pas, ‘Ook diva’s moeten leren doseren’, *NRC Handelsblad* (2008) z.n.

⁹⁴ Van Staden, *De roep om leiderschap in de internationale politiek*, 71.

⁹⁵ Gesprek met Niek Pas, historicus aan de Universiteit van Amsterdam en gespecialiseerd in Frankrijk, gehouden op 22 juni 2009.

Heel Frankrijk kreeg te zien hoe Sarkozy meerdere keren de school binnenging om te onderhandelen. Hij bood zelfs aan om de plek van de kinderen in te nemen. Om tijd te winnen beloofde Sarkozy de gijzelnemer het losgeld. Ondertussen kwam de burgemeester telkens naar buiten met één van de kinderen. Ook stond hij erop om de peuters persoonlijk terug te brengen naar hun ouders. Hier had hij waarschijnlijk een speciale reden voor. Er viel namelijk een hoop positieve publiciteit te halen uit het gijzelingsdrama. De school en de directe omgeving waren afgesloten voor journalisten, maar Sarkozy vroeg één van de brandweermannen om hem te filmen tijdens de onderneming. Daarnaast kregen de Franse kijkers Sarkozy te zien en te horen bij iedere reportage of interview dat werd gewijd aan het gijzelingsdrama, hij was dus ‘omniprésent’.⁹⁶

Twee dagen later, op 15 mei, was de RAID, Recherche, Assistance, Intervention, Dissuasion, van mening dat de gijzelnemer oververmoeid in slaap moest zijn gevallen. Op dat moment bevonden zich nog zes kinderen in de klas. Minister van Binnenlandse Zaken, Charles Pasqua, gaf het bevel om een einde te maken aan de gijzelingsactie. De kinderen werden bevrijd en de gijzelnemer werd doodgeschoten. Later ontstond een discussie over deze actie binnen het Syndicat de la Magistrature, een linkse juristenvakbond. De rechten van de gijzelnemer zouden namelijk niet gewaarborgd zijn geweest. Sarkozy heeft echter tijdens de onderhandelingen de man aangeboden om zich over te geven en om samen de school te verlaten.⁹⁷

Het gijzelingsdrama draaide voor Sarkozy uit op een mediatriomf. Vanaf dat moment behoorde de burgemeester tot het selecte groepje van toppolitici in Frankrijk en in alle populariteitspolls stond zijn naam bovenaan. Allerlei dagbladen zetten zijn foto op de voorpagina. Het lijkt erop dat Sarkozy vanaf dat moment het troetelkind van de Franse media is geworden. Sarkozy heeft altijd bewust goede contacten onderhouden met de media. Op 21 mei 2007, enkele weken na zijn verkiezing tot president, nodigde hij per email journalisten, fotografen, cameramannen en geluidstechnici uit voor ‘un apéritif amical, pour réunir tous ceux qui nous ont suivis’.⁹⁸

⁹⁶ Hausser, *Sarkozy. L’ascension d’un jeune homme pressé*, 15.

⁹⁷ Van der Roest, *Nicolas Sarkozy*, 70-73.

⁹⁸ P. Ridet, *Le président et moi* (Parijs 2008) 39.

5.5 Censuur in de Franse pers

Een groot en belangrijk verschil met de Italiaanse premier Silvio Berlusconi is dat Nicolas Sarkozy zelf geen mediaconcern beheert. Dat wil echter niet zeggen dat de Franse president geen invloed heeft op de pers en de berichtgeving over zijn eigen persoon. Het is een feit dat Nicolas Sarkozy sinds zijn verkiezing tot burgemeester van Neuilly een uitgebreid netwerk van relaties binnen de financiële wereld en het media-establishment heeft opgebouwd.⁹⁹ In juli 2007 werd bekend dat de rijkste man van Frankrijk, Bernard Arnault, en tevens Sarkozy's getuige bij zijn huwelijk met Cécilia Ciganer-Albéniz in 1996, onderhandelingen was aangegaan over het directeurschap van het Franse economische dagblad *Les Echos*.¹⁰⁰

Andere persoonlijke vrienden van Nicolas Sarkozy die invloed en medezeggenschap hebben binnen de Franse media zijn Serge Dassault, eigenaar van de conservatieve krant *Le Figaro* en tevens lid van de UMP, Martin Bouygues, de peetvader van Sarkozy's jongste zoon en hoofdaandeelhouder van het grootste Franse televisiekanaal TF 1 en Arnaud Lagardère, die ooit beweerde dat hij en Sarkozy als broers voor elkaar waren. Hij beheert over verschillende eigendomsrechten binnen de media via het conglomeraat Lagardère Group. Vooral Lagardère is door journalisten vaak beschuldigd van politiek gerelateerde interventies. De gevolgen van deze belangenverstrengelingen zijn tot nu toe voornamelijk dat foto's die de president in verlegenheid kunnen brengen onderschept worden en dat kritische artikelen niet gepubliceerd worden.

Een twijfelachtig voorval vond plaats bij de krant *La Tribune*, waarvan Bernard Arnault de eigenaar is. Tijdens de presidentiële verkiezingen van 2007 werd in deze krant een poll geplaatst met daarin de stelling dat Ségolène Royal meer vertrouwen uitstraalde in economische kwesties dan haar rivaal Nicolas Sarkozy. Op de voorpagina zou de poll groots ingeleid worden en verderop in de krant zou een achtergrondverhaal worden geplaatst. De avond voor publicatie besloot plotseling één van de hoofdredacteuren het verhaal niet te publiceren. Na luid protest van de overige medewerkers werden de resultaten van de poll een dag later bekend gemaakt, maar zonder achtergrondartikel.

Bernard Arnault verklaarde dat hij zijn journalisten nooit opdraagt wat zij wel en niet mogen schrijven. De linkse partijen blijven Sarkozy echter beschuldigen van het manipuleren van de media, voornamelijk tijdens de presidentiële campagne. Sarkozy wees alle beschuldigingen van de hand en antwoordde: 'who could believe such a thing when you see

⁹⁹ Van der Roest, *Nicolas Sarkozy*, 142.

¹⁰⁰ S. Sachs, 'Sarkozy's tight circle of media friends', *Christian Science Monitor* 99 (2007) 6-10.

the antagonism that was whipped against my candiday?’¹⁰¹ Het is ook niet bewezen of hij zijn invloed heeft laten gelden of dat de betreffende kranten er zelf voor kiezen om bepaalde foto's of artikelen niet te publiceren. Toch leidt de situatie tot een storm van protest in journalistieke kringen. Om de journalistieke integriteit van de president te testen richten de journalisten zich tot Sarkozy en eisen nieuwe wetgeving op het gebied van beïnvloeding van de media. Voorbeelden van deze eisen zijn het recht voor journalisten om een veto in te zetten bij het aannemen van een nieuwe hoofdredacteur, een ethische code die de bronnen en verwijzingen van verslaggevers beschermt en een wet die journalisten in staat stelt om een mede-eigenaar aan te klagen wanneer professionaliteit of een ethische code geschonden worden.¹⁰²

Het privéleven van Nicolas Sarkozy mocht vóór zijn relatie met Carla Bruni alleen in de media komen wanneer alles rozengruen en maneschijn was. Valérie Domain, een journaliste van het tijdschrift *Gala*, wilde eind 2005 een biografie van de toekomstige presidentsvrouw Cécilia Ciganer-Albéniz uitbrengen bij uitgeverij First. In eerste instantie ging Cécilia akkoord met de biografie maar later kwam ze daar op terug omdat het boek de reputatie van haar man zou kunnen schaden. Sarkozy, inmiddels opnieuw minister van Binnenlandse Zaken, liet Vincent Barbare, de algemeen directeur van de uitgeverij, op het ministerie komen. Hij dreigde de man met 'juridische en andere problemen' als de biografie toch in de boekhandel terecht zou komen. Vincent Barbare besloot hierop het boek niet uit te brengen. Uiteindelijk besloot uitgeverij Fayard het boek uit te brengen, ondanks dreigementen van Arnaud Lagardère. Het verhaal over Cecilia Ciganer-Albéniz en Nicolas Sarkozy verscheen uiteindelijk onder de titel *Entre le coeur et la raison*. De overeenkomsten tussen de hoofdpersonen en bestaande figuren zouden slechts toeval zijn.¹⁰³

Het woord 'persvrijheid' was geen onderdeel van de verkiezingscampagne waarmee Nicolas Sarkozy op 6 mei 2007 werd verkozen tot president van Frankrijk. Lauren Solly, zijn vroegere kabinetschef, werd na de verkiezingen benoemd tot de tweede man van TF 1, de commerciële omroep. Soortgelijke voorvallen hebben echter ook plaatsgevonden onder Sarkozy's politieke voorgangers. Momenteel zijn er nog geen voorbeelden van censuur op de televisie naar voren gekomen in het debat over Sarkozy's omgang met de media.

¹⁰¹ Sachs, 'Sarkozy's tight circle of media friends', 6-10.

¹⁰² Ibidem.

¹⁰³ Van der Roest, *Nicolas Sarkozy*, 172.

Net als Berlusconi probeert Sarkozy een slachtofferrol aan te nemen wanneer het hem en de media betreft. Tijdens de verkiezingscampagne riep hij regelmatig dat de hele pers zich tegen hem had gekeerd, zelfs TF 1, de zender onder leiding van zijn vriend Martin Bouygues. Dit bleef volgens Sarkozy niet beperkt tot binnen de landsgrenzen. Zo verklaarde hij dat 'la presse, globalement, a été opposée à ma candidature. Dire qu'elle m'a aidé, c'est à exploser de rire'.¹⁰⁴

5.6 Politiek sterrendom in Frankrijk

De sterrenstatus van politici is niet alleen typerend voor de huidige toeschouwersdemocratie. In de jaren vijftig en zestig deden politici zich ook al voor als idolen. Daarnaast is persoonsverheerlijking al eeuwen een traditie in Frankrijk. In hun boek *Stardom in postwar France* analyseren John Gaffney, gespecialiseerd in politieke cultuur, en Diana Holmes, specialist op het gebied van filmstudies, het sterrendom in Frankrijk tussen 1945 en 1975, een periode die bekend stond als de 'dertig voorspoedige jaren'. Van een katholieke plattelandsmaatschappij maakte Frankrijk de sprong naar een geïndustrialiseerde en seculiere samenleving. Deze overgang was in Frankrijk veel heftiger dan in andere westerse landen. De opkomst van het medium televisie vergemakkelijkte de communicatie van beelden en verhalen uit de wereld van glitter en glamour. De auteurs benadrukken dat juist een op kapitalistische leest geschoeide consumptiemaatschappij de voorwaarden schept voor sterrendom.¹⁰⁵

De Franse samenleving kent een sterke traditie van politieke persoonsverering. Ruim duizend jaar lang domineerde de katholieke kerk met zijn martelaren en heiligencultus de samenleving. Op de Franse revolutie van 1789 volgde een nieuwe stoet exemplarische Fransen met revolutionairen, keizers en republikeinen. De sterrenstatus van Charles de Gaulle werd versterkt doordat hij handig gebruik maakte van televisie. Hij had een acteur in dienst en oefende net zolang op het voordragen van teksten voor de camera totdat hij het tv-kunstje perfect beheerste. De Gaulle was zich erg bewust van imagebuilding. En hoewel hij graag in contact kwam met de bevolking hield hij er tegelijkertijd ook een quasimonarchale regeerstijl op na. De Gaulle was dichtbij én afstandelijk. Kortom, de perfecte ster, aldus Gaffney en Holmes.

¹⁰⁴ Ridet, *Le président et moi*, 44.

¹⁰⁵ Pas, 'Ook diva's moeten leren doseren', z.n.

Terwijl bij De Gaulle de personalistische variant van politieke stijl nog ondergeschikt was aan de functionele variant is bij Sarkozy politiek vaak ondergeschikt aan de persoon. Sarkozy lijkt soms wel verslaafd aan de media. In 2003 werd de toenmalige minister van Binnenlandse Zaken op televisie gevraagd waar hij dat jaar het meest plezier aan had beleefd. Zijn antwoord luidde als volgt: ‘Het feit dat zes en een half miljoen mensen vorige maand naar mijn debat op televisie hebben gekeken’.¹⁰⁶ Toch lijkt de Sarkoshow inmiddels af te nemen. Vooral het etaleren van zijn huwelijk met Carla Bruni viel niet in goede aarde bij de meerderheid van de Fransen. De economie wankelt en de samenleving eist sociale hervormingen. Het lijkt erop dat Sarkozy’s divagedrag moeilijker te verteren is in tijden van crisis dan in tijden van voorspoed. Sinds zijn populariteit ernstig gedaald is probeert Sarkozy wanhopig zich een meer presidentieel imago aan te meten en wat meer buiten de media te blijven.

¹⁰⁶ Van der Roest, *Nicolas Sarkozy*, 142.

Conclusie

De huidige toeschouwersdemocratie met de daarbij behorende afname van burgerlijke participatie en van de leescultuur, de afnemende identificatie met oude ideologieën en politieke partijen, de aantrekkingskracht van de antipolitiek, de concentratie van de media en de rol van roem in de politiek is een realiteit die in veel westerse democratieën steeds zichtbaarder wordt. Dit creëert nieuwe en soms zorgwekkende mogelijkheden voor regeringen die een enorme mediamachine tot hun beschikking hebben, die iedere vier of vijf jaar met slechts een aarzelende goedkeuring hoeven te winnen van een steeds onverschilliger en steeds slechter geïnformeerd publiek om hun activiteiten voort te zetten.

In het eerste gedeelte van deze scriptie stelde ik de vraag wat de huidige toeschouwersdemocratie betekent voor politiek leiderschap en het gebruik van de media. Het antwoord hierop is dat in de toeschouwersdemocratie de aandacht voor de inhoud van een partijprogramma en de politieke boodschap is verschoven naar aandacht voor de persoonlijkheid van politieke leiders, die handig gebruik maken van deze nieuwe trend. De media lijken vooral uitwerking te hebben op de stijl van politiek leiderschap. Dit is niet verwonderlijk: zolang politiek optreden een verschijningsvorm heeft, vertoont het stijlkenmerken. Politieke redevoering heeft nooit enkel inhoud maar ook een vorm.¹⁰⁷ Dat de media invloed hebben op de samenleving en politiek is een feit, belangrijker in deze scriptie is hoe de politieke leiders invloed uitoefenen op de media.

In het tweede gedeelte van deze scriptie heb ik onderzocht hoe Silvio Berlusconi en Nicolas Sarkozy aan de macht zijn gekomen en hoe zij deze macht proberen te behouden door manipulatie en, in het geval van Berlusconi, censuur van de media. Beide politici zijn voortdurend aanwezig in zowel de nationale als internationale pers en zorgen ervoor, op politiek en privégebied, dat zij nooit op de achtergrond raken. Daarnaast laten zij hun invloed gelden wanneer het gevaar dreigt dat de media het hen lastig gaan maken.

Berlusconi is hierin veel machtiger dan Sarkozy. Zelfs wanneer Berlusconi niet de premier van Italië zal zijn, zal hij nog altijd zeggenschap hebben over de drie commerciële zenders van Mediaset die veertig procent van de Italiaanse televisiekijkers weten te trekken.¹⁰⁸ Het verdwijnen van Silvio Berlusconi van het politieke toneel betekent dus niet dat de

¹⁰⁷ Pels en Te Velde ed., *Politieke stijl*, 230-231.

¹⁰⁸ Stille, *Silvio Berlusconi. De inname van Rome*, 425.

‘dramademocratie’ ook zal ophouden te bestaan. Het Berlusconi-fenomeen lijkt iets blijvends te zijn. De formule die Berlusconi ontwikkeld heeft, ‘geld + media + roem = politieke macht’, is een winnende formule in veel vooraanstaande democratieën. Er is geen twijfel over mogelijk dat door de dominante positie van de televisie in de politiek geld belangrijker is in het politieke leven dan ooit tevoren.

De media zijn machtige politieke actoren. Regeringen en politici hebben altijd via wetgeving of minder formele middelen ervoor gezorgd dat de media hun beleid niet in de war schoppen of in gevaar brengen. Timothy E. Cook, hoogleraar Communicatiewetenschap en Politieke wetenschappen, is zelfs van mening dat het noodzakelijk is voor politieke leiders om de media te controleren als zij hun politieke doeleinden willen bereiken. Zo kunnen zij andere politici en de politieke agenda beïnvloeden. Ook dragen de media bij aan campagnevoering en de populariteit van een verkiezingskandidaat.¹⁰⁹

Het is echter nodig om enige nuancering aan te brengen in het negatieve beeld van de media in de toeschouwersdemocratie. Sommige politici hebben hun succes te danken aan een goed gebruik van de media maar dit is nooit de enige factor waarom politici gekozen worden bij verkiezingen. Om deze reden lijkt het mij overdreven om te constateren dat de toeschouwersdemocratie een bedreiging vormt voor de vertegenwoordigende democratie. Kiezers zijn rationeel en gaan nooit enkel en alleen af op het imago van een kandidaat. Dit werd duidelijk in het onderzoek dat Michael Shin en John Agnew deden naar de verkiezingscampagne van Silvio Berlusconi. Berlusconi heeft niet tot drie keer toe de Italiaanse parlementsverkiezingen gewonnen omdat hij beschikt over veel geld en televisiezenders. Berlusconi heeft voornamelijk gewonnen omdat de thema’s van zijn campagnes de Italiaanse kiezers wisten te trekken, omdat hij succesvolle allianties wist te sluiten en omdat zijn politieke stijl past bij de afkeer van de politiek binnen de Italiaanse samenleving.

Daarnaast hebben de media nog steeds een corrigerende functie. Er moet ook overeenstemming bestaan met de realiteit. Zowel Berlusconi als Sarkozy liggen in eigen land onder vuur omdat de bevolking steeds ontevredener wordt over de economische situatie en sociale hervormingen eist. Berlusconi ligt momenteel ook onder vuur vanwege zijn vermeende banden met de media. Op 5 december 2009 werden door heel Italië anti-Berlusconi optochten gehouden tijdens No Berlusconi Day. Daarnaast zijn genoeg politici voor het oog van de camera ontmaskerd en ontluisterd. Sarkozy’s amoureuze escapades

¹⁰⁹ Cook, *Governing with the news*, 118.

werden door de pers prominent in beeld gebracht, wat een reden was voor de daling van zijn populariteit een jaar na zijn verkiezing als president. Clinton werd als president achtervolgd door verhalen over buitenechtelijke affaires. Tijdens de Europese verkiezingen van 2009 werd meer aandacht besteedt aan Berlusconi's vermeende seksuele omgang met minderjarige meisjes en de scheiding van zijn echtgenote Veronica Lario dan aan de politieke boodschap van de campagne.

In een gezonde democratie speelt de pers een cruciale rol. Deze controleert de werkwijze en activiteiten van de politieke elite. De media vervullen dan de rol van democratische 'waakhond' op bestuurlijk machtsmisbruik. Wanneer de pers niet vrijuit kritiek kan leveren op de politiek, komt het democratische gehalte van de staat in gevaar. Masha Lipmann en Michael McFaul zijn van mening dat het belonen van de media voor het steunen van de regering toegestaan is, maar dat het straffen voor aanvallen op de regering neigt tot autoritarisme.¹¹⁰

Als we deze theorie toepassen op de casestudies in deze scriptie valt te concluderen dat de democratie in Frankrijk nog niet in gevaar is. Sarkozy probeert momenteel via politieke oplossingen zijn populariteit weer omhoog te krijgen en zijn invloedrijke mediavrienden hebben er tot nu toe voornamelijk voor gezorgd dat vervelende foto's of artikelen over zijn privéleven niet werden gepubliceerd. Er zijn nog geen gevallen van represailles of ontslagen bekend. Zijn vrienden binnen de media zijn, op een enkeling na, ook niet via hem op hun huidige positie terecht gekomen.

Berlusconi daarentegen weet met zijn mediamacht het vrije woord in Italië aardig onder controle te houden. Kranten en boeken hebben hier niet zodanig last van aangezien zij voor Berlusconi weinig waarde hebben. Het gaat daarom te ver om te spreken van autoritarisme. Op televisie wordt echter flink gecensureerd en wanneer Berlusconi premier van Italië is gebeurt dit zowel op de publieke als commerciële omroepen. Door middel van 'vriendschappelijke benoemingen' en het ontslaan van lastige televisiepersoonlijkheden is de Italiaanse televisie 'Berlusconi-vriendelijk' gemaakt. Zelf is de Italiaanse regeringsleider zich van geen kwaad bewust. Met een simpele theorie ontdoet hij zich van dergelijke beschuldigingen: 'La televisione è democrazia, io sono la televisione, quindi sono la democrazia'.¹¹¹

¹¹⁰ Graber ed., *Media power in politics*, 420.

¹¹¹ Ardiccioni, *Divino con media*, 145.

Literatuur.

- Albertazzi, D. en D. McDonnel ed., *Twenty-first century populism. The spectre of Western European democracy* (Hampshire 2008).
- Ardiccioni, R., *Divino con media. Essai sur le cas Berlusconi et sur le pouvoir médiatique en Italie* (Rennes 1997).
- Blok-Boas, A.M., e.a., *Italië & Italië. Cultuurhistorische hoofdstukken uit het naoorlogse Italië* (Amsterdam 1992).
- Chavannes, M., *Frankrijk achter de schermen. De stille revolutie van een trotse natie* (Amsterdam 2000).
- Cook, T.E., *Governing with the news* (Chicago 1998).
- De Beus, J., *Een primaat van de politiek* (Amsterdam 2001).
- De Beus, J., 'Hedendaags leiderschap in de toeschouwersdemocratie', *Lezing bij het tienjarig jubileum van de Comenius Leergangen in Zeist* (15-11-2006).
- De Beus, J., *Na de Beeldenstorm. Een beschouwing over de werking van de toeschouwersdemocratie* (Heerde 2002).
- De Beus, J., 'Truth about audience democracy and in it Manin's model of political communication in mature democracies', Talk in the Zürich seminar of communication science and political science, 22-05-2006.
- Elchardus, M., *De dramademocratie* (Tielt 2002).
- Ginsborg, P., *Silvio Berlusconi. Television, power and patrimony* (Londen 2004).
- Graber, A. ed., *Media power in politics* (Washington 2007).
- Guéhenno, J., *Het einde van de democratie* (Parijs 1994).
- Hallin, D. en P. Mancini, *Comparing media systems. Three models of media and politics* (Cambridge 2004).
- Hallin, D. en P. Mancini, 'Italy's television, Italy's Democracy', *Open Democracy* (18-07-2001).
- Hausser, A., *Sarkozy. L'ascension d'un jeune homme pressé* (Parijs 1995).
- Heldring, J.L., 'Zijn de grote staatslieden verdwenen?', *NRC Handelsblad* (15-01-2009).

- Kane, J., Haig Patapan en Paul 't Hart ed., *Dispersed leadership in democracy* (Oxford 2009).
- Knapp, A. en V. Wright, *The government and politics of France* (Londen 2001).
- Leijendekker, M., *Het land van de krul. Italië achter de schermen* (Amsterdam 2007).
- Manin, B., *The principles of representative government* (Cambridge 1997).
- 'Nicolas Sarkozy and the reform of France', *Economist* 372 (2004).
- Padovani, C., *A fatal attraction. Public television and politics in Italy* (Lanham 2005).
- Pas, N., *De geschiedenis van Frankrijk in een notendop* (Amsterdam 2008).
- Pas, N., 'Ook diva's moeten leren doseren', *NRC Handelsblad* (2008) z.n.
- Pels, D., en H. te Velde ed., *Politieke stijl. Over presentatie en optreden in de politiek* (Amsterdam 2000).
- Ridet, P., *Le president et moi* (Parijs 2008).
- Sachs, S., 'Sarkozy's tight circle of media friends', *Christian Science Monitor* 99 (2007).
- Shin, M.E., en John A. Agnew, *Berlusconi's Italy. Mapping contemporary Italian politics* (Philadelphia 2008).
- Stille, A., *Silvio Berlusconi. De inname van Rome* (New York 2006).
- 'T Hart, P., en Marcel ten Hooven, *Op zoek naar leiderschap. Regeren na de revolutie* (Amsterdam 2004).
- Ten Hooven, M., 'De behoudzucht van de toeschouwersdemocratie', *Trouw* (25-10-2000).
- Van der Roest, M., *Nicolas Sarkozy* (Soesterberg 2007).
- Van Staden, A., *De roep om leiderschap in de internationale politiek. Zijn de grote staatslieden verdwenen?* (Assen 2008).
- Van Zoonen, E., 'Imagining the fan democracy', *European Journal of Communication* 19 (2004).
- Van Zoonen, L., *Media, cultuur en burgerschap. Een inleiding* (Amsterdam 1999).
- Verhey, L., H. Broeksteeg en I. van den Driessche ed., *Political accountability in Europe: which way forward?* (Groningen 2008).