

En finir avec le populisme ?

Pourquoi un bien de la compétition politique ne peut servir d'outil analytique

Getting rid of populism?

Why one political competition good cannot be used as an analytical tool

Martin Baloge et Nicolas Hubé



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/36493>

DOI : 10.4000/12yfm

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Référence électronique

Martin Baloge et Nicolas Hubé, « En finir avec le populisme ? », *Questions de communication* [En ligne], 46 | 2024, mis en ligne le 29 novembre 2024, consulté le 18 décembre 2024. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/36493> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/12yfm>

Ce document a été généré automatiquement le 18 décembre 2024.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

En finir avec le populisme ?

Pourquoi un bien de la compétition politique ne peut servir d'outil analytique

Getting rid of populism?

Why one political competition good cannot be used as an analytical tool

Martin Baloge et Nicolas Hubé

- ¹ Le débat français sur le populisme est quelque peu paradoxal¹. L'expression est utilisée en nombre dans le débat public, tout en étant souvent critiquée lorsqu'elle est utilisée comme concept analytique (Collovald, 2019 ; Cucchetti, Dezé et Reungoat, 2021 ; Hubé et Truan, 2017). Le populisme a longtemps été lié aux partis de droite et à d'autres mouvements aux orientations similaires : boulangisme, césarisme, poujadisme, bonapartisme et toutes combinaisons de ces mots (césaro-bonapartisme, par exemple, Taguieff, 1995). Cette lecture du populisme découle de l'histoire française (Rovira Kaltwasser *et al.*, 2017) et de l'existence d'au moins trois grands mouvements populistes antérieurs, le boulangisme (Garrigues, 1992 ; Joly, 2022), le césaro-bonapartisme et le poujadisme (Fonvieuille-Alquier, 1984 ; Collovald, 1991), d'un grand parti d'extrême droite (le Front national, FN) qui a structuré la compétition partisane depuis le milieu des années 1980. À ce sujet, Alexandre Dezé (2012) souligne que cette formation politique a fait l'objet de multiples appellations : « parti d'extrême droite », « nouveaux populistes de droite », « populistes de droite », « nouveaux partis d'extrême droite » et « nouveaux partis de droite ». Si la littérature s'accorde généralement à qualifier le FN comme forme par excellence de « populiste », d'autres acteurs de toutes les familles politiques ont été décrits de la même manière : l'ancien président Jacques Chirac pendant la campagne électorale de 1995 ; Bernard Tapie dans les années 1990 ; Nicolas Sarkozy entre 2007 et 2012 ; le populisme en campagne de François Bayrou en 2007, repris par Emmanuel Macron en 2017 (Diamanti et Lazar, 2019 : 99). La décennie 2010 a vu ce débat passer de la droite à la gauche avec la réappropriation du terme par Jean-Luc Mélenchon qui, fort des références aux théories de Chantal Mouffe, en a fait un marqueur de son insoumission (Cervera-Marzal, 2021). Dans le même mouvement, le populisme passe d'une menace à l'essence de démocratie (Tarragoni, 2019). Le débat est paradoxal car d'apparition tardive comme enjeu de (dis)qualification des acteurs du jeu

politique. En 1981, la candidature de Coluche, humoriste, fait l'objet d'une attaque virulente de poujadisme (Collovald, 1991). Trente ans plus tard, dès 2009 en Italie, le Mouvement 5 étoiles de l'humoriste Beppe Grillo bénéficie de ce label (en définitive moins infamant) de populiste, largement repris par les analyses français (Santone, 2014). Le seul fait d'être élu ou d'avoir des élus permet à des éditorialistes de clamer que « Beppe Grillo n'est pas Coluche » (Chabal, 2013). La différence est que le premier menacerait les fondements du jeu politique quand le second y participerait.

- 2 Sorties du cadre hexagonal au cours de la décennie 2010, les *populism studies* ont été très prolifiques au gré des différentes élections et apparitions de nouveaux candidats ou partis, regroupant aussi bien des partis d'extrême droite en Europe (Front/Rassemblement national en France, Vlaams Belang en Belgique, Fidesz en Hongrie ou PiS en Pologne), d'extrême gauche (La France insoumise [LFI], Podemos en Espagne, Syriza en Grèce), ou inclassables (Le mouvement 5 étoiles en Italie), des personnalités diverses telles que Donald Trump ou Bernie Sanders aux États-Unis, Jair Bolsonaro au Brésil, Javier Milei en Argentine, Recep Tayyip Erdogan en Turquie, quand il ne s'agit pas de mouvements plus anciens comme le néo-péronisme des Kirchner en Argentine ou la révolution bolivarienne de Hugo Chavez au Venezuela (de la Torre, 2018).
- 3 Face à ce panorama, émerge ainsi une première question, simple en apparence, mais dont on se rendra compte qu'elle n'a jamais été complètement tranchée par la littérature : en respectant les principes élémentaires de l'épistémologie des sciences sociales, peut-on mobiliser un concept unique s'appliquant à des situations aussi diverses ? La réponse semble assez évidente : non. Dans son ouvrage classique sur *Les Règles de la méthode sociologique*, Émile Durkheim (1894 : 79) soulignait que « plus les caractères qui serviront de base à la classification seront nombreux, plus aussi il sera difficile que les diverses manières dont ils se combinent dans les cas particuliers présentent des ressemblances assez franches et des différences assez tranchées pour permettre la constitution de groupes et de sous-groupes définis ». Définissez le populisme par des principes (très) généraux et tous les partis deviendront à des degrés divers populistes (Dard, Boutin et Rouvillois, 2019). Définissez-le de manière plus restrictive et vous verrez les partis dits populistes se décliner à l'infini par l'ajout d'épithètes (de droite, de gauche, techno-populisme, national, diffus, faux, vrai, etc.) ne permettant pas de faire le lien entre ces sous-groupes.
- 4 Face à cette variété de situations, la définition du populisme fait l'objet de longs débats cherchant à comprendre si le terme relève d'une idéologie (Mudde, 2017), d'un style de communication (Aalberg *et al.*, 2017 ; de Vreese *et al.*, 2018 ; Jagers et Walgrave, 2007 ; Moffitt, 2016) ou d'une stratégie politique (Roberts, 1995 ; Weyland, 2001). La littérature s'accorde sur le fait que le populisme ne relève pas seulement d'une idéologie ou du charisme d'un leader. Il s'agirait plutôt d'une « idéologie fine » (Stanley, 2008), d'un « style de communication politique des acteurs politiques qui se réfèrent au peuple » (Jagers et Walgrave, 2007 : 322), afin de remporter des scrutins dans les régimes démocratiques représentatifs (Rovira Kaltwasser, 2018 : 73). La simple utilisation du terme « peuple » ne suffit pas à caractériser un parti de populiste. En d'autres termes, et pour revenir à l'importation du débat en France, « si le mot est partout, la théorie du phénomène n'est, en effet, nulle part » (Rosanvallon, 2020 : 9). Pourtant, cela n'empêche pas le débat académique de se focaliser sur « la métamorphose de nos démocraties » (Diamanti et Lazar, 2019) induite par ce « siècle du populisme » (Rosanvallon, 2020) ou plutôt « des populismes » (Dard, Boutin et Rouvillois, 2019). Le

débat divise entre ses tenants et ses critiques. À bien des endroits, la discussion porte quasi exclusivement sur « le sens de la démocratie que le populisme met en jeu » (Tarragoni, 2022) en lieu et place de savoir ce que la notion nous dit des transformations du jeu politique et des luttes de classements qu'il comporte. À l'instar des analyses de Claude Passeron et Jean-Claude Grignon (1989), ce débat normatif permet d'interroger à nouveaux frais et de mettre en opposition une conception populiste avec une autre élitiste de la valeur démocratique des populistes, entre valorisation des luttes subalternes et menaces sur les fondements de la démocratie représentative. De manière idéale-typique, certains auteurs n'hésitent pas à faire le raccourci vote populaire = vote populiste sans s'encombrer de définir le populisme autrement que tautologiquement par le vote Marine Le Pen ou la mobilisation des Gilets Jaunes (Algan *et al.*, 2019).

- 5 Dans ce texte, notre lecture du populisme se veut agnostique et agonistique de la démocratie représentative. Agnostique parce qu'elle ne préjuge pas d'une bonne ou mauvaise marche d'une démocratie représentative idéale. Appréhender le populisme des populistes par sa seule idéologie réifie par trop une catégorie applicable à toutes sortes de mouvements et rend difficile l'analyse sociologique et communicationnelle du phénomène. Agonistique, parce qu'en politique, retournant la proposition de John Austin (1970), « dire c'est faire », c'est-à-dire faire croire que l'on peut faire ce que l'on dit, et notamment faire connaître et reconnaître de nouveaux principes de division du monde social (Bourdieu, 1981 : 13-14). Le populisme doit être compris comme tel. Plus la rhétorique semble réussir (électoralement rentable), plus elle devient dominante et partagée par toutes les parties prenantes du jeu politique. Par conséquent, nous devons considérer la manière dont les partis se positionnent dans la compétition nationale. Le populisme doit être considéré comme un bien offert à la compétition politique : il ne peut être compris seul, ni comme une idéologie, ni comme un outil stratégique, ni comme l'affirmation d'une seule homme ou femme providentielle. Indéniablement, il est un peu des trois, mais avant tout une ressource, souvent difficilement mobilisable, pour des acteurs en lutte qui y voient un moyen de se démarquer de leurs adversaires. En adoptant cette définition, on rejette toute utilisation classificatoire du terme.
- 6 En revenant à cette approche sociologique de la compétition politique, et en se plaçant du côté de l'offre politique, on considère la manière dont les partis se positionnent dans la compétition nationale dans le cadre d'une approche relationnelle. Les partis sont des ensembles d'individus, de groupes et de coalitions ayant des vues et des intérêts divergents, cherchant à être représentés et à parler au nom de groupes sociaux spécifiques (Bourdieu, 1981). La structure du champ politique reflète le rapport de force entre les participants à cette lutte. La politique est l'arène de la compétition pour le pouvoir où les partis s'efforcent d'obtenir le monopole de la parole au nom des profanes (Bourdieu, 2015). L'apparition périodique de nouveaux mouvements indique une lutte contre la monopolisation par les professionnels de la politique de la définition des enjeux politiques légitimes. L'idéologie et la stratégie, étroitement liées, ne peuvent être considérées comme des facteurs totalement indépendants, pour expliquer aussi bien les succès électoraux du F/RN (Birenbaum et Villa, 2003 ; Ellinas, 2010 ; Mammone, 2009) que de *L'Entreprise Macron* (Dolez, Fretel et Lefebvre, 2019). En d'autres termes, un parti politique ne vise pas seulement à réifier des attitudes politiques. Il cherche aussi à proposer ce que Gaetano Mosca (1939) a qualifié de « formules politiques », dépendant étroitement du contexte institutionnel, idéologique et politique dans lequel elles sont énoncées (Mastropaolo, 2004). De ce fait, la discussion autour du populisme omet par

trop le principe même de la démocratie représentative, structurée autour d'une compétition pour la conquête de positions de pouvoir, compétition entre des entrepreneurs politiques mettant en circulation des biens politiques symboliques tels que des « discours, des conceptions du monde, des promesses ou des programmes d'action, des services, des interventions, etc. [...] Ces biens sont proposés relationnellement, par opposition et par différence avec les adversaires » (Gaxie, 1993 : 22-23). L'offre du « populisme » est à concevoir moins comme catégorie analytique de typologie des partis politiques ou comme un type de démocratie espéré, mais bien plus comme une offre contingente et (à bien des égards) conjoncturelle de démarcation par laquelle « chaque concurrent tente de s'imposer en s'opposant » (*ibid.* : 23). Elle s'est monétisée sur le marché politique français aussi rapidement qu'elle a perdu en intérêt après 2017 (et surtout après 2022), dès lors que l'on passe de la « disruption à la banalisation » de l'activité politique (Lefebvre, 2021) et que le jeu de la respectabilité politique (pour le RN), de l'activité gouvernementale (pour La République en marche, LREM) ou de l'affichage d'une radicalité d'extrême gauche (pour LFI) deviennent plus rentables.

- 7 Afin d'appréhender le populisme sous l'angle de la compétition politique, cet article s'articule en trois parties. Dans un premier temps sera étudié le lien entre populisme et démocratie en montrant comment cette connexion vient brouiller l'analyse de ce phénomène. Dans une deuxième partie sera traitée la façon dont le populisme est mobilisé comme un bien symbolique, permettant de se positionner au sein du champ politique français, en montrant que la catégorie ne permet pas d'unifier les pratiques partisanes observées. Enfin, dans une dernière partie, seront analysés la communication politique, ses usages et sa généralisation à tous les partis français, signes de son succès politique et de sa limite comme concept scientifique classificatoire.

En finir avec le débat autour de la démocratie

- 8 La littérature française sur le populisme est riche, critique et réflexive. Rares sont les travaux à utiliser le terme sans précautions, appliquant de manière mécanique aux partis politiques français les désormais trois critères célèbres de Mudde (2004). Les chercheur-euses travaillant sur le populisme (ou avec le populisme) ne sont pas aveugles aux limites épistémologiques du terme. Pourtant, de façon assez curieuse, quantité de travaux sur le populisme débutent (ou se concluent) par une critique radicale du terme, souvent en des mots très forts qui pourraient laisser croire à l'inanité du concept, sans conduire pour autant à son abandon. Comme le sparadrap du capitaine Haddock, le populisme semble collé à l'outillage théorique de la recherche en sciences sociales. En témoignent les écrits de Manuel Cervera-Marzal (2021 : 317), soulignant à raison qu'« il est fort difficile de s'entendre sur la signification du populisme, et les discussions à prétention scientifique autour de ce phénomène sont en partie des débats politiques. Des débats de haute tenue, certes, mais politiques autant que scientifiques » avant d'ajouter « Mon propos, je regrette de devoir l'avouer, n'échappe d'ailleurs pas à cette règle » puisque l'auteur utilise le terme pour analyser « le populisme de gauche » – le « populisme de droite » étant rapidement écarté par l'auteur car l'expression réhabiliterait l'extrême droite. En dépit des précautions épistémologiques légitimes de l'auteur, il apparaît difficile d'élaborer un concept

opérateur scientifique sur le critère de ses effets politiques, aussi négatifs soient-ils.

- 9 Cette impasse méthodologique réside dans la porosité théorique que différents chercheur·euses entretiennent entre science, philosophie et politique par le truchement d'une analyse normative de la démocratie représentative. Depuis les travaux de Bernard Manin (1995), on sait que la démocratie représentative s'apparente plus à une aristocratie électorale, que les Athéniens auraient très certainement reniée, qu'à une démocratie populaire où le citoyen participe activement aux affaires de la cité. Cela tient évidemment à la professionnalisation de la politique (Offerlé, 1999) et à l'autonomisation de ses représentants (Gaxie, 1993). Cette essence aristocratique de la démocratie représentative est génératrice d'un ensemble de phénomènes perçus comme contraires aux principes même d'une démocratie « de qualité », autre expression normative devenue courante dans la science politique internationale (Diamond et Morlino, 2005) : abstention, crise des partis politiques, défiance politique, représentation exclusive s'appuyant sur la « monopolisation du pouvoir par les représentants et de l'exclusion des représentés de la scène politique » (Hayat, 2013 : 116), etc. De ces imperfections naît la frustration ou l'inquiétude, renforcée lorsque des figures illibérales ou autoritaires accèdent au pouvoir, faisant vaciller un édifice démocratique déjà fragile. Pour autant, appartient-il aux chercheur·euses en sciences sociales de dire ce que doit être la démocratie représentative ? Certains philosophes politiques comme Ernesto Laclau (2008) et C. Mouffe (2018) répondront certainement que oui. Entendu comme une opposition entre un « nous » (le peuple) et un « eux » (*l'establishment*), le populisme permettrait, par la figure du représentant, de revitaliser la démocratie. Dans le prolongement de ces travaux, Federico Tarragoni (2019) plaide en faveur d'un populisme plébéien, cosmopolitique et anti-souverainiste. Un retour à une valorisation du populisme alors qu'il constate que « la position anti-populiste [est] la plus répandue dans la littérature scientifique mondiale » (Tarragoni, 2022 : 118). Paradoxalement, il s'inscrit dans le même débat normatif de défense d'une vertu populiste que Pierre-André Taguieff (2019) dans le *Dictionnaire des populismes*. En effet, ce dernier regrette que « l'anti-populisme, dès lors, n'est plus de l'ordre de la critique, il illustre une volonté de mise à l'écart, voire un désir d'anéantissement. Et ce, paradoxalement, au nom de la "démocratie" supposée menacée » (Taguieff, 2019 : 106). Cet alignement de deux auteurs est d'autant plus surprenant que le projet éditorial imposant (1 200 pages, une centaine d'auteur·ices) associant universitaires, éditorialistes de la presse conservatrice (*Le Figaro*, *Valeurs Actuelles*, *Causeur*, *Éléments*), universitaires-éditorialistes (pour *Le Figaro*), écrivains, hauts fonctionnaires et consultants, est politiquement diamétralement opposé à celui de F. Tarragoni. Dans le prolongement des analyses de C. Passeron et J.-C. Grignon (1989), le *Dictionnaire* (Dard, Boutin et Rouvillois, 2019) est une illustration de cette dualité entre populisme et misérabilisme des classes populaires (et ici du populisme), qui dans leurs pratiques populaires (l'alcool, la virilité, la chasse, le port d'arme, les chansons), ne demandent qu'à faire valoir leurs droits contre des élites qui voudraient qu'elles pensent juste. Le collectif d'auteurs pose au centre la conception révolutionnaire (celle de 1789) d'un peuple souverain, absolument et définitivement souverain. Le populisme en est alors son expression, sa « réaction d'autodéfense, mais loin de cet archaïsme réactionnaire auquel le réduisent nombre de ses adversaires, s'envisage lui-même dans le cadre d'un projet d'avenir », nous disent les coordinateurs (Dard, Boutin et Rouvillois, 2019 : 19). Partant, ils nous enjoignent à en « tirer toutes les conséquences – notamment sur le

plan politique, en opposant le peuple à une oligarchie qui détient injustement (puisqu'elle est par hypothèse *inférieure*) des pouvoirs qui n'appartiennent qu'à lui, et qu'il est donc *en droit* de lui réclamer » (*ibid.* : 27, souligné par les auteurs). Le populisme n'est donc ni une menace sur la démocratie (comme pour F. Tarragoni), ni sur un certain nombre d'autres éléments « post-modernes » (l'environnement, les communautés LGBTQ+, les rapports de sexe/genre, etc.). La menace démocratique vient des formes ou des penseurs extrêmes du populisme (le communisme, le nationalisme yougoslave, le parti nationaliste hongrois Jobbik, le *leader* soviétique russe Lénine, le révolutionnaire français Robespierre, les frères jumeaux Kaczinski dirigeants nationalistes polonais, etc.), mais jamais du populisme lui-même. Ainsi, bien qu'imposé par le haut et de manière non démocratique, le kéalisme est-il valorisé du fait de « l'expérience inédite de sécularisation profonde et irrémédiable d'une société musulmane » (*ibid.* : 615), naturellement peu encline à suivre les acquis de la Révolution française. Les dangers viennent aussi de ceux qui combattent le populisme au nom des droits de l'homme (Cour européenne des droits de l'Homme), les écologistes, etc. Mêmes les libéraux sont attaqués en ce qu'ils « tendent à remettre en cause les principes mêmes de leur doctrine » (*ibid.* : 650).

- 10 Des travaux issus de la philosophie politique cherchent à appréhender le populisme pour ce qu'il est, et à en dénoncer ses dérives (Diamenti et Lazar, 2019 ; Rosanvallon, 2020). Dans les deux cas, le propos est une analyse, dans un premier temps, fine des transformations, usages et mésusages du populisme, ou du moins de la notion de peuple. À l'instar du projet du *Dictionnaire* (Dard, Boutin et Rouvillois, 2019), il s'agit de discuter les ancrages « populistes » de la démocratie représentative, telle que la mobilisation d'un peuple souverain. Les auteurs, et c'est leur différence, n'ont pas une vision enchantée de ce peuple ; au contraire, ils veulent « briser le sortilège en proposant une critique approfondie de la théorie démocratique qui structure l'idéologie populiste » (Rosanvallon, 2020 : 21), le nommant pour le premier la « démocrature », pour les seconds la « peuplecratie ». Dans les deux cas, c'est la perversion à l'extrême du projet démocratique du populisme qui est dénoncé, surfant sur la crise structurelle de la démocratie représentative et des institutions. Les auteurs en appellent donc à une « réforme de nos démocraties [...] [Ces chantiers] requièrent des sujets à la hauteur de ces défis » au risque sinon de voir la peuplecratie l'emporter inexorablement (Diamenti et Lazar, 2019 : 159) transformant par là-même la nature de ce sujet-démocratique qu'est l'électeur. Si le regard critique sur le romantisme populiste est souvent bien mené, ils y répondent par un catalogue de mesures à prendre : la défense de la « démocratie interactive », permettant le développement d'une « *représentation narrative* à côté de la classique représentation-délégation » (Rosanvallon, 2020 : 248, les italiques sont de l'auteur) afin de réenchanter la politique, et passer d'une démocratie d'autorisation à une « *démocratie d'appropriation* » permettant d'aboutir à une « démocratie de confiance » (*ibid.* : 251). Les auteurs s'opposent donc au nom d'une vision normative de la démocratie au projet populiste dont ils dénie les fondements démocratiques.
- 11 De telles propositions semblent problématiques sur un plan épistémologique, d'une part, ces travaux (et leurs auteurs le reconnaissent) ne s'inscrivent pas dans le débat académique mais, d'une autre, ils sont avant tout pensés comme des interventions politiques (Cucchetti, Dézé et Reungoat, 2021). Cela n'empêche pas ces savants devenus politiques (pour parler avec Max Weber) d'étudier, avec une réelle finesse d'analyse, au sein du champ universitaire, la démocratie sur le registre du devoir-être plus que sur

celui de l'être. Ce faisant, ils font exploser un principe fondamental de la recherche en sciences sociales : la neutralité axiologique (Weber, 2003). Pourtant, un concept solide en sciences sociales, c'est-à-dire universalisable², n'appelle pas à un préfixe trahissant un biais politique. Tout concept doit faire l'objet de querelles scientifiques, appuyées par un raisonnement empirique et débarrassé de ses prénotions là où, dans le cas du populisme, deux conceptions du terme s'opposent, positive ou négative du point de vue de leurs effets politiques. Les deux conceptions sont donc normatives et performatives sans devoir faire l'objet de réappropriations scientifiques. Il ne viendrait à l'idée d'aucune chercheuse d'être anti-habitus, ou pro-socialisation. Se pose ainsi systématiquement la question de savoir d'où parlent ou écrivent ceux qui emploient le terme et avec quelles finalités ? La question soulève des enjeux disciplinaires qui ne seront pas tranchés ici. S'il importe pour la philosophie de cesser d'interpréter le monde et de le transformer (pour parler avec Karl Marx), le populisme comme concept philosophique devient légitime. Mais est-ce le but ou la finalité des sciences sociales ?

- 12 De plus, il ne s'agit pas de contredire l'idée selon laquelle celles-ci ne vaudraient pas une heure de peine, si elles n'avaient pas d'utilité pratique et publique (pour parler avec É. Durkheim, 1894). Comprendre ce qu'est le populisme avec les outils de la sociologie politique, c'est-à-dire un bien symbolique de la compétition politique plutôt qu'un projet politique ou un concept classificatoire, permet de mieux mettre à distance, pour le chercheur comme pour le citoyen, ses usages stratégiques par différents acteurs, sans avoir à les condamner ou à les louer. En effet, il nous semble que le terme peut être pensé au-delà (ou en deçà) de la démocratie, comme un élément routinier et circonstanciel de son fonctionnement et non comme un élément constitutif de sa nature même. En d'autres termes, un bien symbolique parmi d'autres, mais en aucun cas un projet à défendre à moins de quitter le champ scientifique pour celui de la politique. Cette critique rejoint celle formulée par Humberto Cucchetti, Alexandre Dézé et Emmanuelle Reungoat (2021 : 45) qui soulignent que « le populisme ne répond plus depuis longtemps aux principes censés fixer la validité d'un concept ». À juste titre, les auteures proposent de revenir à des catégories classiques de la théorie politique (souverainisme, césarisme, autoritarisme, etc.) ayant fait l'objet de définitions établies et contextualisées. Mais leur réponse est également frustrante car, en soulignant ce que le populisme n'est pas, ils délaissent ce qu'il est ou ce qu'il implique dans la bouche d'acteur·ices politiques en lutte.

Le populisme comme enjeu de positionnement dans le jeu politique

- 13 En tenant compte de ces observations, nous défendons les bénéfiques heuristiques d'une approche relationnelle du populisme dans l'analyse des partis (Ostiguy, 2017). Le populisme est un outil de campagne qui transcende les clivages traditionnels. L'ensemble des transformations du champ politique font que le populisme devient « une marque sociale et culturelle, un modèle de communication et d'action, que tout le monde a intérêt à reproduire et à valoriser » (Diamanti et Lazar, 2019 : 152). Le populisme est aussi une stratégie de *leader* pour provoquer un débat dans la sphère publique (Weyland, 2017). Dès lors, il doit être compris comme un « cadre de communication qui fait appel et s'identifie au peuple et prétend parler en son nom [...]. C'est un cadre maître, un moyen d'envelopper toutes sortes de questions » (Jagers et

Walgrave, 2007 : 322). Plus généralement, Hanspeter Kriesi (2015) relie la montée actuelle des populistes en Europe aux tendances à long terme de la représentation politique et à l'évolution des clivages entre les partis. Le populisme, comme l'euroscpticisme dix ans auparavant, est une position dans le champ politique parmi d'autres (Neumayer, 2008). Ces positions deviennent plus *mainstream* (Conti, 2018) et ont un impact croissant sur les structures politiques nationales et européennes, sans pour autant être un phénomène homogène. Le populisme est un bien électoral pour les partis attrape-tout, ainsi qu'un bien symbolique collectif mis sur le marché électoral.

L'euphémisation des clivages

- 14 La formulation populiste est un moyen de rendre acceptable l'idéologie du parti (Fieschi, 2004). Même le « nouveau Front national », rebaptisé RN depuis 2018 reste un parti d'extrême droite (Crépon, Dezé et Mayer, 2015 ; Almeida, 2019 ; Surel, 2019). En ce sens, le FN représente un « populisme complet » tel que décrit par Jan Jagers et Stefan Walgrave (2007), répondant aux trois critères admis du populisme : la référence et les appels au peuple, l'anti-élitisme et l'exclusion des *outgroups*. Pour Annie Collovald (1991 et 2004), c'est un « contresens » que de qualifier le FN de populiste, parce que ce terme légitime la stratégie du parti, en la faisant passer pour plus douce et « seulement » populiste quand il a longtemps fait l'objet de la critique plus infamante de poujadisme. Un exemple parmi d'autres : les dirigeants du parti ont toujours attaqué les personnes qui qualifient le parti d'« extrême droite », depuis la première utilisation par Jean-Marie Le Pen de son droit de réponse médiatique en 1996 jusqu'à l'interview de M. Le Pen dans laquelle elle a répondu aux questions d'Élizabeth Martichoux en indiquant que l'utilisation de ce concept était un mensonge (RTL, 6 mars 2018). Contesté en droit, il faut l'avis du Conseil d'État du 11 mars 2024 pour « avoir droit » de labéliser le parti de M. Le Pen d'extrême droite, sans qu'un tel label soit de nature à porter atteinte à la « sincérité du scrutin », alors que les partis de gauche (LFI et Parti communiste français, PCF) ne sont pas classés à l'extrême gauche. Reste que l'utilisation de symboles écologistes ou républicains (comme la politique de laïcité française) doit aussi être comprise comme une habile stratégie de déradicalisation des dirigeants du parti pour cacher la réalité de son idéologie exclusive (Almeida, 2017). Ainsi, en cataloguant le parti uniquement comme populiste, le mot fait-il office de voile. Comme indiqué précédemment, c'est pour cette raison que F. Tarragoni et M. Cervera-Marzal refusent d'utiliser le terme pour les partis d'extrême droite, le réservant aux partis de gauche qui incarneraient le seul et véritable populisme à bâtir.
- 15 Pourtant, jusqu'à l'avènement du nouveau Front de Gauche (FdG) de J.-L. Mélenchon dans les années 2010, ni le PCF, ni aucun autre parti de gauche n'avait été qualifié de populiste sous la V^e République (instaurée en 1958). De manière intéressante, alors qu'à bien des égards la recherche du soutien des classes populaires, la lutte contre les puissants, le capitalisme ou le patronat, la structuration du parti autour de son premier secrétaire aurait pu servir de base à cette qualification, le PCF n'a jamais été analysé en ces termes. Assez classiquement, en réaction à la théorie de Maurice Duverger (1951) selon laquelle les partis politiques n'étaient pas assez axés sur les relations avec les classes sociales, Georges Lavau a analysé le parti communiste français comme une réponse aux besoins de défense de son électorat ouvrier, notant la « fonction tribunitienne » du chef de parti (Lavau, 1953 et 1981). Le populisme ne se confortait pas de la disqualification du parti. Le fait d'être communiste était suffisant à ses opposants,

accessoirement, il a été qualifié de poujadiste dans les années 1970 (Collovald, 1991). Avec son livre *Qu'ils s'en aillent tous* (Paris, Flammarion, 2010), J.-L. Mélenchon a non seulement proposé un nouveau discours au sein du système des partis politiques français, mais il a aussi accepté d'être un populiste lorsque des journalistes l'ont interrogé à ce sujet : « Je ne veux pas m'interdire d'être populiste. C'est une répulsion des élites. Jetez-les tous dehors ! Populiste, moi ? Ça me va » (« Mélenchon : "Populiste, moi ? J'assume!" », *L'Express*, 16 sept. 2010). La stratégie du parti est directement inspirée de la théorie de C. Mouffe (2005 et 2018) qui a soutenu le candidat lors de la campagne présidentielle de 2017, en publiant une tribune dans le journal *Le Monde* une semaine avant le premier tour de l'élection. Le texte s'intitulait « Mélenchon ne veut pas d'un régime autoritaire mais veut en finir avec le régime oligarchique » (Mouffe, 2017). Le populisme semble faire partie du cœur de l'idéologie du parti, comme de la stratégie du leader pour provoquer le débat dans la sphère publique de même que sa fonction tribunitienne. Dans la littérature, les auteur·ices sont loin d'être convaincues que son discours populiste est « toujours » idéologique. Il pourrait s'agir d'une stratégie pour gagner les élections, alors que l'idéologie du parti est typiquement de gauche (Fassin, 2017 ; Castaño, 2018 ; Premat, 2019). Fin observateur de LFI, M. Cervera-Marzal qualifie le populisme de LFI – comme celui de Syriza en Grèce, de Podemos en Espagne ou de Corbyn au Royaume-Uni – de pari tactique, jouant la fluidité du terme : « Quand la situation l'exige, [les leaders] mettent de l'eau dans leur vin populiste afin de revenir à un discours de gauche plus classique » (Cervera-Marzal, 2021 : 16). Au fond, J.-L. Mélenchon serait plutôt un « anarcho-césariste » participant à la « démonétisation du militantisme par le haut » de ce parti-plateforme, regroupé autour de son leader (*ibid.* : 36-37). Depuis l'élection présidentielle de 2022 et la constitution de la Nouvelle union populaire écologique et sociale (Nupes) à gauche, le label d'extrême gauche est régulièrement utilisé par la majorité (au premier chef le ministre de l'Intérieur), à l'extrême droite de l'échiquier politique, ainsi que dans les commentaires journalistiques, sans qu'il ne fasse l'objet de recours, ni de contestations très fortes par les intéressés. Certes, c'est un jeu de classement et de positionnement qui peut reposer sur « une erreur due à la droitisation de l'échiquier politique » (*Public Sénat*, 30 mars 2023), mais qui permet de suivre les tendances d'opinions mesurées par sondage (Rouban, 2022 : 79-110).

- 16 D'ailleurs, ce jeu autour de l'étiquette est parfaitement intériorisé par les militants de ce parti, capables de passer d'une réflexion idéologique, mobilisant les travaux de C. Mouffe, aux réflexions de stratégie électorale :

« Enquête 1 : [Le populisme] est plutôt quelque chose d'infamant. Alors avec la FI, on est toujours un peu dans les deux, à la fois, on l'assume ! Mouffe a été lâchée tout à l'heure [...] Lorsqu'on emploie le populisme au singulier, je pense que, dans la tête des gens, ça a une connotation politique qui est celle, plus ou moins, de l'extrême droite, une stratégie de conquête de pouvoir qui est démagogue, qui est autoritaire. Mais lorsqu'on parle de "les populismes", là, ça veut dire... En fait, c'est un processus de disqualification politique, comme on pourrait dire : untel est antisémite, untel est fasciste, untel est populiste. Et "les" populismes, en gros, c'est un synonyme d'extrême et démagogique, oui, et qui n'a aucune signification politique. [...] Et après, nous, clairement, le truc, c'est que nous, on joue un peu sur cette ambiguïté, avec ce retournement de stigmaté. [...] Voilà, on retourne le stigmaté. On nous accuse de populisme ? Oui ! Et alors ? On défend le peuple ! Parce que c'est ça aussi la racine du mot. Le populisme, c'est ça !

Enquête 2 : Je ne sais pas si c'est un amalgame de faire ça, de dire, oui, on défend le peuple, eh bien c'est bien l'esprit du populisme, c'est incarner le peuple contre une

caste. [...] C'est à la fois objectif, discursif, c'est tout l'ensemble de méthodes, de techniques et de discours »

Focus group, Paris, 7 sept. 2021.

- 17 Diplômé·es du supérieur (au moins un master 2 et/ou une grande école), formé·es aux sciences sociales, ce groupe de sept militant·es LFI parisiens interrogé·s dans le cadre de l'enquête DEMOS mobilisent les théories de la déviance Howard Becker (1985) pour faire leurs critiques en politique, avec pour certitude unique leur différenciation d'avec l'extrême droite et le rejet du stigmatisme plus infamant encore de la politique française : la démagogie. Pour eux, il s'agit d'un populisme inclusif, radicalement différent de l'idéologie exclusive du F/RN. Au-delà de l'affirmation différentialiste, lorsqu'on regarde par exemple quelles sont les connexions réticulaires de M. Le Pen et de J.-L. Mélenchon à partir des connexions : des liens entrants et sortants de leurs pages Facebook, l'analyse empirique nous montre que les réseaux militants appartiennent bien à deux galaxies totalement différentes, connectées uniquement lors d'affrontements discursifs en ligne (Baloge et Hubé, 2021).
- 18 Dans les deux cas, le terme de populisme brouille les frontières entre des partis opposés sur presque tous les plans et, ce faisant, affaiblit le concept lui-même, le rendant trop simpliste pour offrir une compréhension de la manière dont le champ partisan français est structuré. Le terme de populiste devient « trompeur » (Collovald, 2019, p.432) aussi sur les partis qu'il désigne en gommant leurs références idéologiques ainsi que sur la division entre libéraux (ou démocrates) et populistes (réputés autoritaires), alors que la rhétorique est bien plus partagée dans le champ politique.

De réelles stratégies populistes en ligne ?

- 19 Après la personnalisation de la vie politique, ces canaux de communication seraient « le deuxième trait caractéristique de la transformation de la démocratie en peuplécration » (Diamanti et Lazar, 2019 : 149). Les réseaux sociaux sont diagnostiqués en « affinité élective » avec les rhétoriques populistes, permettant une adresse directe au peuple et une affirmation idéologique plus volontairement affirmée (Gerbaudo, 2018 : 745). Les fractions les plus radicales des partis incluent davantage d'idées populistes dans leurs messages (Ernst *et al.* 2017 et 2019 ; Stockemer, 2019). Mais, en regardant en détail le discours des populistes sur les médias sociaux par rapport à celui des candidats non populistes, on peut être davantage nuancé : les populistes ne sont pas toujours que des populistes et/ou ne défendent pas la même idéologie (Maurer et Diehl, 2020).
- 20 Si l'on prend cette hypothèse au sérieux, et afin d'objectiver ce populisme numérique (pour plus de précisions, voir Baloge et Hubé, 2022), on a choisi d'étudier le discours des dirigeants réputés populistes (M. Le Pen et J.-L. Mélenchon) en 2019 sur deux périodes, pendant la phase de campagne aux élections européennes (entre le 11 mai et le 24 mai 2019) et hors-campagne (du 02 au 30 juillet 2019) ; 233 postes ont été analysés. Pour explorer empiriquement comment les médias relaient et présentent les contenus populistes aux citoyens et aux acteurs politiques, on a repris la typologie classique des stratégies de communication populistes fondée sur les trois composantes du populisme : le populocentrisme – « le peuple » défini comme la population d'un pays par opposition à ceux qui le gouvernent ; l'anti-élitisme – « l'élite », désignant ceux qui possèdent le plus grand pouvoir en raison de leur influence et de leurs ressources économiques, politiques, médiatiques ou culturelles ; et l'exclusion de groupes externes

spécifiques – « les autres », opposés aux personnes dont ils sont exclus pour des raisons ethniques, religieuses, criminelles ou sexuelles (Jagers et Walgrave, 2007 ; voir aussi Reinemann *et al.*, 2017 ; Ernst *et al.* 2019). Ces critères ont permis d'objectiver la manière dont chaque leader a revêtu ces habits neufs du populisme, à partir de définitions idéologiques attendues.

- 21 De manière surprenante, l'étude des posts Facebook révèle que plus de la moitié de ses messages (51,3 %, 59 sur 115) pendant la campagne n'ont aucun des contenus populistes attendus (peuple, élite, autres). Cette rhétorique n'est pas si courante, ni généralisée pour ces partis. Par ailleurs, une autre particularité est que la stratégie populiste « complète », mêlant discours anti-élite, références au peuple et excluant les autres, n'est qu'une position mineure, utilisée quasi-exclusivement par l'extrême droite – un poste sur huit pendant la campagne, 12,2 % et seulement un poste sur quatorze en période de routine, 7,1 % ; 2 sur 28. J.-L. Mélenchon ne l'a utilisée qu'à deux uniques reprises en période de campagne. Enfin, s'agissant du débat autour des racines idéologiques du populisme (Stanley, 2008 ; Mudde, 2017 ; Mudde et Rovira Kaltwasser, 2017), ces stratégies contiennent une proportion relativement faible de références au peuple : un tiers lors de la période de campagne (54 postes sur 160) et un cinquième en période hors-campagne (15 postes sur 73). Certes, les deux candidats font référence au peuple dans des proportions similaires pendant la période électorale, mais de telles références semblent constituer une forme d'exigence minimale en termes de « stratégie populiste » dans un contexte politique généralisé. Cet argument du « peuple » est vide de sens discursif. Les deux candidats disent très peu de choses sur ce qu'ils entendent par-là, si ce n'est un signifiant collectif à faible portée. « Ce sont les peuples qui font l'histoire », dit par exemple J.-L. Mélenchon le 16 mai 2019.
- 22 En revanche, les différences entre les deux candidats sont plus évidentes quand on regarde leur positionnement sur les deux autres arguments (les élites et la distinction quant aux « autres »). C'est autour de cette première dimension que se différencie le style rhétorique de J.-L. Mélenchon. Ses discours se caractérisent par des références très fréquentes et critiques aux élites : plus de la moitié de ses messages (51,1 % en période de routine et plus de 62,2 % en période de campagne) dénigrent les élites. Cela s'inscrit dans la ligne développée par la philosophe C. Mouffe (2005) : un discours de gauche doit lutter contre l'oligarchie et les élites, mêlant opposition de classe et opposition peuple contre élites. Le discours anti-élite est beaucoup plus élaboré et spécifique, les élites ciblées par les deux personnalités sont principalement des élites politiques nationales. J.-L. Mélenchon se montre beaucoup plus critique envers les médias et les élites économiques nationales (principalement les riches, un post de campagne sur six). M. Le Pen, quant à elle, n'a utilisé cet argument que deux fois. J.-L. Mélenchon définit ses élites à travers un discours anti-système et anti-domination : « Ceux d'en haut sont ceux qui pensent avoir le droit de penser pour les autres » (16 mai 2019). M. Le Pen s'attaque davantage aux élites nationales en ciblant et/ou en désignant des membres du gouvernement ou le Président de la République : « Il est temps d'envoyer un message à E. Macron, qui fait semblant de ne pas entendre la souffrance d'un peuple » (24 mai 2019). Les deux partis se distinguent aussi par leurs manières de parler des « autres », de ceux qui sont exclus de ce collectif. Alors que J.-L. Mélenchon se montre plus critique envers les élites que son adversaire, M. Le Pen fait environ trois fois plus référence aux « autres » que le président de LFI. Elle critique des « autres » (tous les cinq posts pendant la campagne (20,4 %) – et, par là, les étrangers principalement, plus encore après la période électorale. Pendant cette période, elle

utilise cette rhétorique tous les quatre messages (8 sur 28). À l'inverse, J.-L. Mélenchon ne critique jamais les étrangers résidant ou entrant dans le pays. Les « autres » visés par M. Le Pen sont presque exclusivement des étrangers, des immigrés ou des migrants. Ses discours reprennent le thème traditionnel de l'extrême droite en France : « Nous comprenons pourquoi nos dirigeants justifient et soutiennent ce trafic d'êtres humains et placent sciemment nos pays sous la menace d'une immigration massive et sans fin », poste-t-elle le 24 mai 2019. En examinant les utilisations antérieures des médias sociaux, il s'avère que le FN couple le culte de la personnalité autour de M. Le Pen avec le nationalisme (Stockemer et Barisione, 2017 ; Stockemer, 2019). Lorsque J.-L. Mélenchon fait référence aux « autres », c'est principalement pour faire référence à des opposants politiques et idéologiques.

- 23 En définitive, il existe une nette différence entre les discours de gauche et de la droite radicale : les premiers luttent principalement contre les élites dominantes (essentiellement économiques), tandis que les partis d'extrême droite discréditent à la fois les élites mais surtout les « étrangers ». Le clivage gauche/droite n'a pas disparu. Qualifier le FN/RN de populiste relève indubitablement d'une forme de paresse intellectuelle. Faire du populisme idéologiquement « authentique » une notion exclusivement de gauche (Tarragoni, 2019) n'a pas plus de sens sociologique en ce qu'il est une catégorie de positionnement dans le jeu politique. Dans tous les cas, la dimension « peuple » de ce discours réputé populiste ne semble pas la partie la plus idéologiquement construite, ni la plus distinctive.

Un bien symbolique « disruptif » rentable sur le marché politique

- 24 Il est bon de se rappeler que le champ politique « dans son ensemble se définit comme un système d'écarts de niveaux différents et rien, ni dans les institutions ou les agents, ni dans les actes ou les discours qu'ils produisent, n'a de sens que relationnellement, par le jeu des oppositions et des distinctions » (Bourdieu, 2021 : 162). Le système politique français (au cours de la dernière décennie) se caractérise par un recours croissant de cette rhétorique du peuple, même au sein de partis non identifiés comme tels (Diamanti et Lazar, 2019 : 85-109), où les oppositions autour de la notion relèvent de luttes de degrés plus que de nature. L'offre populiste participe du nouvel agencement du marché électoral (Frinault, Le Bart et Neveu, 2021), la diffusion de ces préceptes dans une multitude de partis révèle ces logiques relationnelles au cœur du système partisan français.

Un signifiant faible mais généralisé dans le jeu politique français et au-delà

- 25 Le populisme est devenu une stratégie de communication politique répandue dans la politique française (Gougou et Persico, 2017), utilisant le « peuple » sans construction idéologique. Le rejet des élites (au choix, politiques, judiciaires, culturelles et/ou médiatiques) semble être commun à tous les partis. La force de l'« anti-élitisme populiste » des médias analysé par Jay G. Blumler (2016) entraîne une reconfiguration de la médiatisation du politique. « La communication politique populiste peut être comprise comme un processus qui s'inscrit dans des facteurs structurels et

situationnels au niveau macro » (Reinemann *et al.*, 2017 : 21), ce qui inclut la culture et les structures politiques nationales, mais aussi les caractéristiques de chaque média (et les utilisations des médias sociaux) et du système politique (Maurer *et al.*, 2019). Le discours *contre* les « médias du système » est désormais monnaie courante dans la politique française, du courant dominant aux partis radicaux en passant par le mouvement des Gilets jaunes ou les débats sur les chaînes du groupe Bolloré. Les partisans de N. Sarkozy 2012 et de François Fillon 2017 ont insulté les journalistes et les ont parfois attaqués lors de meetings. Ceci est étroitement lié à la stratégie de « droitisation » (passage à droite du champ politique) assumée par N. Sarkozy, qui a ouvert cette boîte populiste en 2007 (Haegel, 2011). À force de critiques par les acteur-ices politiques eux-mêmes, le « populisme par les médias » s’est exprimé *via* une critique des élites politiques, tel un retour du bâton dé-légitimant (Hubé et Ruffio, 2020). La figure du « peuple » n’est pas fortement avancée dans les éditoriaux de la presse française en 2017, mais son anti-élitisme. L’explication ne se trouve pas dans le type de média (*Le Monde* et *Le Figaro* sont ici les plus critiques des classes sociales supérieures), mais par une approche relationnelle du populisme médiatique. En citant et en faisant des déclarations contre les élites, les éditorialistes entendent jouer leur rôle de contre-pouvoir, tout en contribuant à mettre ce thème à l’agenda du débat politique qui se déroule dans l’arène médiatique pendant la campagne présidentielle. En d’autres termes, et si l’on reprend les catégories dans la littérature, ils réagissent au « populisme *contre* les médias » – comme partie de ce système, les médias *mainstream* étant une figure régulièrement attaquée – par un « populisme *dans* les médias » contre les élites politiques (Stępińska, 2020). En somme, la critique des élites chère à la rhétorique populiste est partie du jeu politique élargi dont l’ensemble des compétiteurs (médias comme candidats) partage les enjeux. Toutes et tous s’accordent sur le fait que les élites poseraient problème, tout en ayant un profond désaccord pour désigner qui des élites (ou des *outgroups*) en est la cause.

- 26 En 2017, J.-L. Mélenchon clame « La force du peuple » (cité 16 fois) et sa rivale « Au nom du Peuple, Marine présidente » aux frontons de leurs affiches, mais tous mobilisent une idée générique quasi constitutionnelle d’un peuple souverain. M. Le Pen rappelle dans son programme que « “La souveraineté nationale appartient au peuple” (article 3 de la Constitution). Le vote est un acte de pouvoir : ne l’oubliez pas » tandis que le leader de LFI insiste que l’élection est « le moment de redevenir un peuple souverain et indépendant ». Dans le même temps, F. Fillon comprend dans son programme que « la colère monte : contre la bureaucratie, contre le chômage, contre l’insécurité. Il émane de notre peuple une demande de liberté, d’autorité et de fierté ». À mi-chemin entre le peuple et la nation, E. Macron « veu[t] qu’ensemble nous retrouvions l’énergie du peuple français : être fiers, libres et solidaires. Car la France est une chance ». Plus encore, et c’est sans doute le plus intéressant pour ce candidat qui se présente comme celui du rassemblement et du centre (Rouban, 2018 ; Dolez, Fretel et Lefebvre, 2019), E. Macron a déclaré lors d’un meeting : « Nous sommes les vrais populistes, nous sommes avec le peuple tous les jours », puis plus tard en mars de la même année :

« Si être populiste, c’est parler au peuple de manière compréhensible sans recourir aux partis politiques, je suis prêt à être populiste. De ce point de vue, le général de Gaulle était un populiste. Mais il ne faut pas confondre cela avec la démagogie, qui consiste à flatter le peuple de la manière la plus basse. Alors traitez-moi de populiste si vous voulez » [*Le Journal du Dimanche*, 19 mars 2017].

27 Mobilisant un argumentaire étonnamment similaire à celui des militants LFI, cités plus haut, cette distinction opérée par E. Macron entre populistes démagogiques et non démagogiques repose sur les arguments normatifs et politiques, ancrés dans l'histoire politique française. L'organisation du parti de E. Macron est fondée sur la même rhétorique du « mouvement ». Les marcheurs de E. Macron ont été recrutés comme les insoumis de J.-L. Mélenchon dans les vieux partis méfiants, sur Internet et avec de faibles attentes de participation (Greffet et Wojcik, 2018 ; Greffet, 2022). E. Macron a multiplié les critiques à l'égard des élites politiques et des partis traditionnels dès avant le second tour, et indique dans sa profession de foi du second tour :

« Le 23 avril, les Français ont choisi d'exclure des responsabilités les deux partis qui gouvernent la France depuis trente ans. [...] L'enjeu est de décider de rompre avec un système incapable de répondre aux problèmes de notre pays depuis trente ans ».

28 Cette rhétorique n'est pas loin d'être celle du « sortez les sortants » chère... aux poujadistes !³ Dans le même temps, M. Le Pen adoucit sa présentation. Dans l'entre-deux-tours, son deuxième manifeste de campagne, ne cherchait plus à ramener l'ordre mais attendait des électeurs qu'ils « choisissent la France – Marine pour présidente ». Dans un entretien que nous avons réalisé avec un membre du gouvernement d'E. Macron, cet ancien ministre et allié de la première heure, analyse ainsi la campagne électorale de 2017 :

« La République en marche n'est pas un parti populiste mais [E. Macron] a bien compris la réalité. C'est une intuition qu'il a eu et qui a été efficace. Il a compris la réalité du terrain populiste qui existe en France et il a surfé dessus même si l'essence de son discours n'est pas populiste » (entretien avec les auteurs, 9 juin 2021).

29 Pourtant, pendant la campagne, personne ne (dis)qualifie le futur président de populiste, vantant plutôt le mérite de la nouveauté et son style « jupitérien ». Par la suite, les innovations notables de la communication présidentielle tiennent « principalement d'une logique d'exposition de soi, faisant alterner les prises de paroles entre horizontalité et verticalité, au gré des moments et des interlocuteurs et, surtout, d'une mise à distance inédite des journalistes politiques » (Leroux et Riutort, 2022 : 38), sans jamais faire l'objet d'une disqualification en populisme. Presque tous les partis français semblent avoir adopté ce style politique, du moins en campagne, LFI et RN ayant réussi à gommer les stigmates de l'expression populiste. Ces déclarations montrent surtout que le terme populisme n'est plus considéré comme politiquement disqualifiant dans le champ politique français. Il n'existe aucune rigueur méthodologique permettant de l'utiliser comme catégorie heuristique pour distinguer les différents types de populisme, utilisés comme offre « disruptive » (pour reprendre le terme cher au Président de la République) mise en circulation sur le marché électoral, et plus généralement dans le débat public. En définitive, à l'instar de son aîné toujours stigmatisant (le poujadisme), le populisme « est un mot sans auteur, susceptible d'universalisation comme le fantasme qu'il constitue » (Collovald, 1991 : 116).

Conclusion : saisir cet -isme

30 Le populisme doit être considéré comme un enjeu de positionnement pour identifier les discours des partis politiques, ce qui le rend performatif, c'est-à-dire générateur d'effets de différenciation ou d'identification dans le champ politique. Comme le

rappelle Michel Offerlé (2022 : 93), « loin d'assigner à des thèmes une place éternelle dans l'espace politique, il est préférable de se souvenir que les prises de position sont toujours relatives ». Ainsi « au temps de la peuplécration, devient-il une marque sociale et culturelle, un modèle de communication et d'action, que tout le monde a intérêt à reproduire et à valoriser » (Diamanti et Lazar, 2019 : 152). Cette lecture des deux auteurs est pertinente et rappelle ce qu'est le marché de la compétition politique : une lutte autour de valeurs et de préceptes partagés, valeurs qui « créent et régulent la compétition. [Les compétiteurs] s'accordent non seulement sur les prix mais aussi sur les tactiques légitimes. Ces règles partagées portent un jugement éthique sur un comportement qui n'est pas une fin mais un moyen » (Bailey, 2001 : 20). Le populisme participe de ce jugement éthique comme moyen. En tant que « -isme », ce mouvement n'existe et ne subsiste que *dans* et *par* la relation d'opposition entre les partis et mouvements en compétition (Bourdieu, 2021 : 162) qui le revendiquent, le contestent ou s'en servent d'invective, tant que ce bien est monétisé sur le marché politique. La campagne de 2022 a largement fait baisser cette accusation, la réservant désormais plutôt comme catégorie d'analyse de mouvements politiques étrangers nouveaux et/ou inclassables, et/ou d'extrême droite. La campagne législative de 2024 semble également marquée par une raréfaction de l'usage du terme.

- 31 Au vu de ces éléments, que signifie être populiste aujourd'hui ? Les références au « peuple » ne permettent pas de distinguer ou de préciser des formes spécifiques de populisme. L'utilisation d'une distinction entre populisme de gauche et populisme de droite ne supprime pas non plus les limites du concept puisque le noyau populiste des partis ne couvre pas de la même manière les dimensions admises du populisme. Un problème théorique se pose alors. Si les principaux partis français semblent avoir adopté une rhétorique populiste, la catégorie a-t-elle encore un sens ?
- 32 Il existe au moins trois façons de répondre à cette question. Soit tous les partis français sont populistes, ou aucun ne l'est, ou bien le populisme doit être compris en termes d'autres dimensions partisans et dans le cadre d'une approche systémique. Plutôt que de s'intéresser à la variable « le peuple » ou « l'opposition aux élites », il semble important de revenir sur les fondements idéologiques des partis étudiés. Dans cette perspective, le RN se distingue de LFI par sa défense de la souveraineté nationale, son opposition à l'immigration et son conservatisme social, tandis que le parti de J.-L. Mélenchon met l'accent sur son anticapitalisme, la défense des minorités et l'écosocialisme. On peut démultiplier l'exercice avec les autres partis. En d'autres termes, les chercheur·euses en sciences sociales doivent garder à l'esprit qu'ils ont avant tout affaire à des partis à l'ancrage fort tant à l'extrême droite qu'à l'extrême gauche, dans un libéralisme conservateur, etc. Les clivages sont indéniablement « sens dessus dessous », mais le populisme n'en représente certainement pas l'un de ses pôles structurants (Le Digol, 2021 ; Algan *et al.*, 2019).
- 33 Plus généralement, cette étude révèle la nécessité de penser le lien entre communication politique et idéologie de manière contextuelle, de repérer comment ces -ismes – bien que fondés idéologiquement pour certains partis, mais ni de manière constante, ni de manière toujours normative – servent d'enjeu symbolique mis en jeu dans le marché de la politique représentative. Les différences observées lors des campagnes électorales et des périodes routinières montrent que le populisme, s'il existe, est une idéologie fine et malléable qui, pour certaines formations politiques, peut n'être considérée que comme un vernis, une façade politique, permettant d'élargir

un public que le noyau idéologique du parti ne parviendrait pas à séduire. Il est plus heuristique de voir « comment des thèmes pragmatiques ou normatifs sont invoqués pour produire des effets politiques que de chercher lesquels sont ultimement déterminants » (Gaxie, 1993 : 39). Plutôt que de se demander ce qu'est le populisme, il serait peut-être préférable de se demander de quoi il est le symptôme. Depuis des années, la France connaît une véritable défiance politique symbolisée par un *turnover* élevé des majorités, un taux d'abstention très élevé par rapport aux tendances historiques (l'abstention aux élections régionales de 2021 était de plus de 66,7 %), une baisse des adhésions aux principaux partis et plus généralement une défiance à l'égard des élites politiques (Frinault, Le Bart et Neveu, 2021). Les populistes « réalisent en effet cette crise » (Moffitt, 2015) en lui donnant une réalité discursive. Plus qu'un phénomène autonome ou une idéologie politique, on peut affirmer que le populisme est avant tout une manifestation de la crise des institutions politiques, dont la propagation à presque l'ensemble des partis témoigne de la dimension systémique de cette crise. Plus encore, il est la réappropriation par les compétiteurs, comme les observateurs de cette lecture de cette crise de la représentation pour en faire un enjeu de distinction sur le marché politique pour les premiers, sur le marché éditorial pour les seconds. Suivant la distinction établie par M. Weber (2003 [1919]), le populisme doit être analysé comme tel et non faire des savants des politiques (ou inversement).

BIBLIOGRAPHIE

- Aalberg T., Esser F., Reinemann C., Strömbäck J. et de Vreese C. (éds), 2017, *Populist Political Communication in Europe*, New York, Routledge.
- Algan Y., Beasley E., Cohen D. et Foucault M., 2019, *Les Origines du populisme. Enquête sur un schisme politique et social*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Almeida D., 2017, « Exclusionary Secularism: the *Front National* and the Reinvention of *Laïcité* », *Modern and Contemporary France*, 25 (3), p. 249-263. <https://doi.org/10.1080/09639489.2016.1272561>
- Almeida D., 2019, « Cultural Retaliation: the Cultural Policies of the 'New' *Front National* », *International Journal of Cultural Policy*, 25 (3), p. 269-281. <https://doi.org/10.1080/10286632.2017.1288228>
- Austin J., 1970, *Quand dire, c'est faire*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Bailey F.-G., 2001, *Stratagems and Spoils. A Social Anthropology of Politics*, Boulder, Westview Press.
- Balogue M. et Hubé N., 2021, « France: Two Separate Populist Parties; Two Separate Networks and One Go-Between Group », *Studia Politica Slovacia Journal*, 14 (2-3), p. 22-34. <https://doi.org/10.31577/SPS.2021-2.2>
- Balogue M. et Hubé N., 2022, « How Populist are Populist Parties in France? Understanding parties' Strategies within a Systemic Approach », *European Journal of Cultural and Political Sociology*, 9 (1), p. 62-82. <https://doi.org/10.1080/23254823.2021.2016455>

- Becker H. S., 1985, *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, traduit de l'anglais (américain) par J.-P. Briand et J.-M. Chapoulie, Paris, Éd. Métailié.
- Birenbaum G. et Villa M., 2003, « The Media and Neo-Populism in France », dans G. Mazzoleni, J. Stewart et B. Horsfield (eds.), *The Media and Neo-populism: A Contemporary Comparative Analysis*, Westport, Praeger, p. 45-71.
- Blumler J. G., 2016, « The Fourth Age of Communication », *Politiques de communication*, 6, p. 19-30. <https://doi.org/10.3917/pdc.006.0019>
- Bourdieu P., 1981, « La représentation politique. Éléments pour une théorie du champ politique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 36-37, p. 3-24. <https://doi.org/10.3406/arss.1981.2105>
- Bourdieu P., 1982, *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- Bourdieu P., 2015, *Sociologie générale. Volume 1. Cours au Collège de France 1981-1983*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Bourdieu P., 2021, *Microcosmes. Théorie des champs*, Paris, Éd. Raisons d'agir.
- Castaño P., 2018, « Populisme de gauche en Europe : une comparaison entre Podemos et La France insoumise », *Mouvements. Des idées et des luttes*, 96, p. 169-180. <https://doi.org/10.3917/mouv.096.0169>
- Cervera-Marzal M., 2021, *Le Populisme de gauche. Sociologie de la France insoumise*, Paris, Éd. La Découverte.
- Chabal A., 2013, « Beppe Grillo n'est pas Coluche », *Rue89Lyon*, 8 fév.
- Collovald A., 1991, « Histoire d'un mot de passe : le poujadisme. Contribution à une analyse des "ismes" », *Genèses*, 3, p. 97-119. <https://doi.org/10.3406/genes.1991.1048>
- Collovald A., 2004, *Le Populisme du FN, un dangereux contresens*. Bellecombe-en-Bauges, Éd. du Croquant.
- Collovald A., 2019, « Le populisme comme stigmatisation », dans Fondation Copernic (dir.), *Manuel indocile de sciences sociales. Pour des savoirs résistants*, Paris, Éd. La Découverte, p. 429-433
- Conti N., 2018, « National political elites, the EU, and the populist challenge », *Politics*, 38 (3), p. 361-377. <https://doi.org/10.1177/02633957187773>
- Crépon S., Dézé A. et Mayer N. (dirs.), 2015, *Les Faux-semblants du Front national*, Paris, Presses de Sciences Po.
- Cucchetti H., Dézé A. et Reungoat E., 2021, *Au nom du peuple. Idées reçues sur le populisme*, Paris, Éd. Le Cavalier Bleu.
- Dard O., Boutin C. et Rouvillois F. (dirs), 2019, *Le Dictionnaire des populismes*, Paris, Éd. du Cerf.
- De la Torre C. (éd.), 2018, *Routledge Handbook of Global Populism*, Londres, Routledge.
- De Vreese C. H., Esser F., Aalberg T., Reinemann C. et Stanyer J., 2018, « Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective », *The International Journal of Press/Politics*, 23 (4), p. 423-438. <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>
- Dézé A., 2012, *Le Front national : à la conquête du pouvoir ?*, Paris, A. Colin.
- Diamanti I. et Lazar M., 2019, *Peuplecratie. La métamorphose de nos démocraties*, Paris, Gallimard.
- Diamond L. et Morlino L., 2005, *Assessing the Quality of Democracy*, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

- Dolez B., Fretel J. et Lefebvre R. (dirs), 2019, *L'Entreprise Macron*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Durkheim É., 1894, *Les Règles de la méthode sociologique*, Paris, Presses universitaires de France, 2002.
- Durkheim É., 1912, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, Presses universitaires de France, 1985.
- Duverger M., 1951, *Les Partis politiques*, Paris, A. Colin.
- Ellinas A., 2010, *The Media and the Far Right in Western Europe Playing the Nationalist Card*, New York, Cambridge University Press.
- Ernst N., Blassnig S., Engesser S., Büchel F. et Esser F., 2019, « Populists Prefer Social Media Over Talk Shows: An Analysis of Populist Messages and Stylistic Elements Across Six Countries », *Social Media + Society*, 5 (1). <https://doi.org/10.1177/2056305118823358>
- Ernst N., Engesser S., Büchel F., Blassnig S. et Esser F., 2017, « Extreme Parties and Populism: An Analysis of Facebook and Twitter Across six Countries », *Information, Communication and Society*, 20 (9), p. 1347-1364. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329333>
- Fassin E., 2017, « La gauche et la stratégie populiste », *Après-demain*, 43, p. 12-13. <https://doi.org/10.3917/apdem.043.0012>
- Fieschi C., 2004, *Fascism, Populism, and the French Fifth Republic: in the Shadow of Democracy*, Manchester/New York, Manchester University Press.
- Fonvieille-Alquier F., 1984, *Une France poujadiste ? De Poujade à Le Pen et à quelques autres*, Paris, Éd. universitaires.
- Frinault T., Le Bart C. et Neveu É. (dirs), 2021, *Nouvelle sociologie politique de la France*, Paris, A. Colin.
- Garrigues J., 1992, *Le Boulangisme*, Paris, Presses universitaires de France.
- Gaxie D., 1993, *La Démocratie représentative*, Paris, Montchrestien.
- Gerbaudo P., 2018, « Social Media and Populism: an Elective Affinity? », *Media, Culture and Society*, 40 (5), p. 745-753. <https://doi.org/10.1177/0163443718772192>
- Gougou F. et Persico S., 2017, « A New Party System in the Making? The 2017 French Presidential Election », *French Politics*, 15, p. 303-321. <https://doi.org/10.1057/s41253-017-0044-7>
- Greffet F., 2022, « Les partis politiques par temps de plateformes. Mobilisations électorales, transformations organisationnelles, initiatives citoyennes », *Réseaux. Communication. Technologie. Société*, 236, p. 9-33. <https://doi.org/10.3917/res.236.0009>
- Greffet F., Wojcik S., 2018, « Une participation politique renouvelée. L'invention de modes individualisés et critiques d'engagement numérique en campagne électorale », *Quaderni. Communication, technologie, pouvoir*, 97, p. 107-131. <https://doi.org/10.4000/quaderni.1325>
- Haegel F., 2011, « Did Sarkozy radicalize the French Right? Ideological Changes and Political labelling », *French Politics, Culture and Society*, 29 (3), p. 62-77.
- Hayat S., 2013, « La représentation inclusive », *Raisons politiques*, 50 (2), p. 115-135. <https://doi.org/10.3917/rai.050.0115>

- Hubé N. et Ruffio C., 2020, « It's All About the Elite! Populism in French Media during the Presidential Campaign », dans A. Stepińska (dir.), *Populist Political Communication across Europe: Context and Content*, Berlin, P. Lang.
- Hubé N. et Truan N., 2017, « France: The Reluctance To Use The Word Populism As A Concept », dans T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck et C. de Vreese (éds), *Populist Political Communication in Europe*, New York, Routledge, p. 180-194.
- Jagers J. et Walgrave S., 2007, « Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium », *European Journal of Political Research*, 46 (3), p. 319-345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Joly B., 2022, *Aux origines du populisme. Histoire du boulangisme (1886-1891)*, Paris, Éd. CNRS.
- Kriesi H., 2015, « Populism. Concepts and Conditions for its Rise in Europe », *Comunicazione politica*, 16 (2), p. 175-193. <https://www.rivisteweb.it/doi/10.3270/80551>
- Laclau E., 2008, *La Raison populiste*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Lavau G., 1953, *Partis politiques et réalités sociales. Contribution à une étude réaliste des partis politiques*, Paris, A. Colin
- Lavau G., 1981, *À quoi sert le Parti communiste français ?*, Paris, Fayard.
- Le Digol C., « Des clivages sens dessus dessous », dans T. Frinault, C. Le Bart et É. Neveu (dirs), *Nouvelle sociologie politique de la France*, Paris, A. Colin, p. 177-187.
- Lefebvre R., 2021, « Emmanuel Macron, de la disruption à la banalisation », *Esprit*, juillet-août, p. 10-14.
- Leroux P. et Riutort P., 2022, « Emmanuel Macron, la communication et les médias. De la verticalité imaginée à l'horizontalité assumée », dans B. Dolez, A. Douillet, J. Fretel et R. Lefebvre (dirs), *L'Entreprise Macron à l'épreuve du pouvoir*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, p. 27-40.
- Mammone A., 2009, « The Eternal Return? Faux Populism and Contemporarization of Neo-Fascism across Britain, France and Italy », *Journal of Contemporary European Studies*, 17 (2), p. 171-192. <https://doi.org/10.1080/14782800903108635>
- Manin B., 1995, *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Calmann-Lévy.
- Mastropaolo A., 2004, « La double théorie de la classe politique de Gaetano Mosca », *Revue internationale de politique comparée*, 11 (4), p. 611-630. <https://doi.org/10.3917/ripc.114.0611>
- Maurer P. et Diehl T., 2020, « What kind of Populism? Tone and Targets in the Twitter Discourse of French and American Presidential Candidates », *European Journal of Communication*, 35 (5), p. 453-468. <https://doi.org/10.1177/02673231209092>
- Maurer P., Hubé N., Štětka V., Cremonesi C. et al., 2019, « Journalistic Culture, Editorial Mission, and News Logic Explaining the Factors behind the Use of Populism in European Media », dans C. Reinemann, J. Stanyer, T. Aalberg, F. Esser et C. de Vreese (éds), *Communicating Populism. Comparing Interactions between Politicians, Media, and Citizens across Europe*, New-York, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429402067>
- Moffitt B., 2016, *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, Representation*, Stanford, Stanford University Press.
- Mosca G., 1939, *The Ruling Class*, New York, McGraw-Hill.
- Mouffe C., 2005, *On the Political*, Abingdon/New York, Routledge.

- Mouffe C., 2017, « Mélenchon ne veut pas d'un régime autoritaire mais veut en finir avec le régime oligarchique », *Le Monde*, 15 avr.
- Mouffe C., 2018, *Pour un populisme de gauche*, Paris, A. Michel.
- Mudde C., 2004, « The Populist Zeitgeist », *Government and Opposition*, 39, p. 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Mudde C., 2017, « Populism: an Ideational Approach », dans C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo et P. Ostiguy (éds), *The Oxford handbook of populism*, Oxford, Oxford University Press, p. 27-47.
- Mudde C. et Rovira Kaltwasser C., 2013, « Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America », *Government and Opposition: An International Journal of Comparative Politics*, 48 (2), p. 147-174. <https://doi.org/10.1017/gov.2012.11>
- Neumayer L., 2008, « Euroscepticism as a Political Label: the Use of European Union Issues in Political Competitions in the New Member States », *European Journal of Political Research*, 47, p. 135-160. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2007.00721.x>
- Offerlé M., 1999, *La Profession politique. XIX^e-XX^e siècles*, Paris, Belin.
- Offerlé M., 2022, *Les Partis politiques*, Paris, Presses universitaires de France.
- Ostiguy P., 2017, « Populism: A Socio-Cultural Approach », dans C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo et P. Ostiguy (éds), *The Oxford Handbook of Populism*, Oxford, Oxford University Press, p. 73-97.
- Passeron J.-C. et Grignon C., 1989, *Le Savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Premat C., 2019, « Les usages du dégagisme dans la campagne des élections présidentielles de 2017 du mouvement La France insoumise », dans F. Sullet-Nylander, M. Bernal, C. Premat et M. Roitman (éds), *Political Discourses at the Extremes. Expressions of Populism in Romance-Speaking Countries*, Stockholm, Stockholm University Press, p. 279-300.
- Reinemann C., Aalberg T., Esser F., Strömbäck J. et de Vreese C., 2017, « Populist Political Communication. Toward a Model of Its Causes, Forms and Effets », dans T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, et de Vreese C. (éds), *Populist Political Communication in Europe*, New York, Routledge, p. 12-25.
- Roberts K., 1995, « Neoliberalism and the Transformation of Populism in Latin America: The Peruvian Case », *World Politics*, 48 (1), p. 82-116. <https://doi.org/10.1353/wp.1995.0004>
- Rosanvallon P., 2020, *Le Siècle du populisme. Histoire, théorie, critique*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Rouban L., 2018, *Le Paradoxe du macronisme*, Paris, Presses de Sciences Po.
- Rouban L., 2022, *La Vraie victoire du RN*, Paris, Presses de Sciences Po.
- Rovira Kaltwasser C., 2018, « How to Define Populism? Reflections on A Contested Concept and Its (Mis)Use in the Social Sciences », dans G. Fitzgi, J. Mackert and B. S. Turner (éds), *Populism and the Crisis of Democracy. Volume 1: Concepts and Theory*, London, Routledge, p. 62-78.
- Rovira Kaltwasser C., Taggart P., Ochoa Espejo P. et Ostiguy P., 2017, « Populism: An Overview of the Concept and the State of the Art », dans C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo et P. Ostiguy (éds), *The Oxford Handbook of Populism*, Oxford, Oxford University Press, p. 1-26.
- Santone L., 2014, « Quand la politique tire la langue. Le Vaffa Day du M5S (Movimento 5 Stelle) », *Mots. Les langages du politique*, 106, p. 87-103. <https://doi.org/10.4000/mots.21810>

Stanley B., 2008, « The thin ideology of populism », *Journal of Political Ideologies*, 13 (1), p. 95-110. <https://doi.org/10.1080/13569310701822289>

Stępińska A. (éd.), 2020, *Populist Political Communication across Europe: Context and Content*, Berlin, Peter Lang.

Stockemer D., 2019, « What is Right-Wing Populism and How does it Manifest Itself? An analysis of the French National Front's Facebook Posts and Sympathizers' Facebook Comments », *French Politics*, 17, p. 340-354. <https://doi.org/10.1057/s41253-019-00082-w>

Stockemer D. et Barisione M., 2017, « The 'New' Discourse of the Front National under Marine Le Pen: A Slight Change with a Big Impact », *European Journal of Communication*, 32 (2), p. 100-115. <https://doi.org/10.1177/0267323116680132>

Surel Y., 2019, « How to stay Populist? The Front National and the Changing French Party System », *West European Politics*, 42 (6), p. 1230-1257. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1596693>

Taggart P., 2000, *Populism: Concepts in the social sciences*, Buckingham, Open University Press.

Taguieff P.-A., 1995, « Political Science Confronts Populism: From a Conceptual Mirage to a Real Problem », *Telos*, 103, p. 9-43. <https://doi.org/10.3817/0395103009>

Taguieff P.-A., « Anti-populisme », dans O. Dard, C. Boutin et F. Rouvillois (dirs), 2019, *Le Dictionnaire des populismes*, Paris, Éd du Cerf, p. 102-106

Tarragoni F., 2019, *L'Esprit démocratique du populisme*, Paris, Éd. La Découverte.

Tarragoni F., 2022, « Populisme et démocratie : les impasses d'une polarisation scientifique », *Raisons politiques*, 86, p. 113-129. <https://doi.org/10.3917/rai.086.0113>

Weber M., 2003, *Le Savant et le politique*, Paris, Éd. La Découverte, 1919.

Weyland K., 2001, « Clarifying a Contested Concept: 'Populism' in the Study of Latin American Politics », *Comparative Politics*, 34 (1), p. 1-22. <https://doi.org/10.2307/422412>

Weyland K., 2017, « Populism: a Political-Strategic Approach », dans C. Rovira Kaltwasser, P. Taggart, P. Ochoa Espejo et P. Ostiguy (éds), *The Oxford Handbook of Populism*, Oxford, Oxford University Press, p. 48-72.

NOTES

1. Ce texte repose sur les résultats de recherches conduites au cours de deux projets (de 2013 à 2022). Il s'agit principalement du projet H2020 "Democratic Efficacy and the Varieties of Populism in Europe" (DEMOS) financé par la Commission européenne (n°822590). D'autres éléments ont été récoltés au cours de l'action COST Action "Populist Political Communication in Europe: Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism for Democratic Politics", COST IS 1308 - European Cooperation in the field of Scientific and Technical Research (2013-2018).

2. É. Durkheim (1912 : 619) soulignait qu'« en même temps qu'il est relativement immuable, le concept est, sinon universel, du moins universalisable. Un concept n'est pas mon concept ; il m'est commun avec d'autres hommes ou, en tout cas, il peut leur être communiqué [...]. Le concept est une représentation essentiellement impersonnelle : c'est par lui que les intelligences humaines communient. Dit

autrement, il fait consensus, même partiellement, même sous l'œil de la critique scientifique et non pas politique.

3. Le nom poujadisme est tiré du mouvement de l'Union de défense des artisans et des commerçants, créé par Pierre Poujade dans les années 1950. Le mouvement se caractérise par son opposition à tout type d'impôt, par ses positions contre le parlementarisme, par son anti-intellectualisme, par sa xénophobie et par son antisémitisme. P. Poujade a été élu à l'Assemblée nationale entre 1954 et 1956. Jean-Marie Le Pen était à l'époque un jeune député du mouvement.

RÉSUMÉS

Résumé. – En réexaminant les différents travaux sur le populisme, cet article s'interroge sur le fait de savoir si ce concept a encore un sens pour comprendre le phénomène. En passant en revue les débats (souvent normatifs) sur le sujet, il discute de la pertinence de la notion en soulignant la nécessité de penser le populisme dans une approche relationnelle de la compétition politique, en se plaçant du côté de l'offre politique, et en considérant la manière dont les partis se positionnent dans la compétition nationale. L'offre politique du « populisme » est moins à concevoir comme catégorie analytique de typologie des partis politiques ou comme un type de démocratie espérée ou pervertie, que comme une offre contingente et (à bien des égards) conjoncturelle de démarcation des partis les uns par rapport aux autres. Cet article appelle à désencastrer l'analyse du populisme de la question démocratique pour le penser comme un bien symbolique, permettant de se positionner au sein de l'espace politique. Sa généralisation à tous les partis français est le signe à la fois de son succès politique et de sa limite comme concept scientifique classificatoire.

Abstract. – This article revisits various studies on populism and discusses whether this concept still makes sense for understanding this phenomena. Reviewing the (often normative) debates on this issue, it discusses the concept's relevance by emphasising the need to consider populism within a relational approach towards political competition, taking the view of the political offer, and considering the way in which parties position themselves in national competition. The political offer of 'populism' has to be understood less as an analytical category for typologising political parties or as a type of hoped-for or perverted democracy, rather than a contingent and (in many respects) conjunctural offer for demarcating one party from another. This article calls for an analysis of populism that disentangles it from the democratic debate and considers it as a symbolic good that can be used to position oneself within the political arena. Its generalisation to all French parties is both a sign of its political success and of its limitations as a classificatory scientific concept.

INDEX

Keywords : Keywords. – populism, symbolic good, political competition, democracy, political communication

Mots-clés : Mots clés. – populisme, bien symbolique, compétition politique, démocratie, communication politique

AUTEURS

MARTIN BALOGE

Muse, Université Catholique de Lille, F-59800 Lille, France

NICOLAS HUBÉ

Crem, Université de Lorraine, F-57000 Metz, France