

## Le popularisme

“Quel est votre meilleur souvenir (à la tête de votre ministère) ?” interroge le *Journal du Dimanche* - “Le lendemain de *Cent vingt minutes pour convaincre...* sur France 2” répond N. Sarkozy. “Pendant deux heures, en première partie de soirée, j’ai essayé d’expliquer l’ensemble de la politique que je mène. Et le lendemain j’apprends que nous avons battu tous les records d’audience ! Ce fut pour moi un moment rare”. (3 août 2003).

Les propos aoûtiers Ministre de l’Intérieur sont d’une grande vérité ! N. Sarkozy est un vrai croyant qui a de très bonnes raisons d’être fidèle au réalisme du *popularisme* dans lequel S. Berlusconi excelle. Sur le devant de la scène publique, le popularisme travestit l’efficacité ministérielle ou, pire, de l’autorité de l’Etat.

Une action publique efficace produit les conséquences attendues pour atteindre des objectifs pertinents, substantiels, et souvent à long terme. Par exemple, la baisse durable de la consommation de cigarettes est une preuve tangible de l’efficacité d’une décision : surtaxer le tabac.

A l’inverse, mettre en scène l’agir suffit au popularisme. Impressionner, frapper, “décider” deviennent des preuves manifestes de l’efficacité. La production d’effets substantiels s’efface devant l’impératif de séduction des intérêts corporatistes, des mass-médias friands de nouvelles et des opinions publiques volatiles scrutées par les sondeurs de peuple. Ainsi, au vu des zigzags de courbes de popularité, le service militaire est aboli en direct à la télévision par J. Chirac, sans débat ni évaluation des conséquences.

L’idée fixe du popularisme est de faire des coups. Le popularisme est une *agit’prop’* à gogo, une fabrication d’évènements en vue de produire une hyper-réalité de l’agir et, partant, de créer des impressions sensibles d’efficacité immédiate.

A cet effet, le popularisme valorise le concret voyant, frappant. Tout naturellement, les réflexes du Ministre de l’Intérieur censurent les activités prosaïques, diffuses de l’Etat régalien sanitaire et s’entichent des opportunités d’images offertes par les feux de forêts et les rondes “d’hélicos”.

Le popularisme abonde en surprises planifiées. Le couple populariste J. Bové - N. Sarkozy organise des poignées de mains, assurées d’une couverture médiatique intense, qui transfèrent l’attention collective d’une crise sanitaire tragique sur un problème mineur : la logistique d’une rave party. Le popularisme manipule, à bon marché, les ressorts du consumérisme de satisfaction d’opinions. Le popularisme se garde bien de mettre la main à la pâte des mesures effectives et sévères de protection du littoral, d’écologie urbaine ou patrimoniale qui heurteraient de front des intérêts. En revanche, le popularisme, avec ostentation, joue la carte de la magie du distributeur compassionnel d’argent public (achats de matériels, indemnités, crédits d’urgence) pour réparer les dommages qui auraient pu être contenus par des politiques préventives mais exigeantes en patience et en volonté.

Budgétivore, le popularisme impose à plus ou moins long terme “l’externalisation” d’activités de l’Etat régalien sur des acteurs privés ou territoriaux. Externaliser ne mérite

pas une condamnation de principe, sous réserve d'en faire un usage pertinent et prudent. En Amérique, les ratés, pour ne pas dire plus, de l'externalisation sans précédents d'activités militaires ou de sécurité (à l'occasion du 11 septembre ou de la guerre en Irak) remettent aujourd'hui en question les expédients des sous-traitances et des "privatisations" mobilisés par l'urgence de contraintes budgétaires ou fiscales.

Le populisme ne connaît que le tempo de l'urgence, de la vitesse et de l'immédiat. L'épreuve de durée de l'action l'insupporte. Il n'a pas le temps d'attendre les conséquences durables, à long terme, de ses actes, par exemple, l'inflation galopante des budgets futurs du Ministère de l'Intérieur. Le populisme renvoie à plus tard les tests de l'action efficace ou, avec adresse, tente de les faire oublier.

Le populisme est en mouvement perpétuel : il saute d'un problème à un autre, agite des nouveautés. L'abondance d'une cascade de coups médiatiques développe l'amnésie des opinions et des médias vis-à-vis de l'efficacité des actions entreprises antérieurement. A l'occasion, médias et opinions se prennent au jeu du populisme et attendent de goûter les performances du spectacle des prochains coups. Du côté des gouvernants, le populisme peut devenir "le" modèle de la concurrence politique par suite de l'exhibitionnisme de succès éclatants, seraient-ils fugitifs et artificieux comme en témoigne l'exemple de l'arrestation de M. Colonna.

Le populisme offre aux médias un jeu bourré d'avantages. Le populisme produit des "news" qui demandent peu de labeur d'enquête, il fabrique à tire-larigot de la nouveauté événementielle, serait-elle postiche ou médiocre, mais que néanmoins l'orthodoxie conformiste de *credos* journalistiques incitent à couvrir.

Le populisme se soumet aux diktats d'un objectif, et d'un seul : gagner le pouvoir et le conserver. Mais ce serait se méprendre gravement que de critiquer le populisme au nom des valeurs traditionnelles de l'action publique, comme celles des impératifs impopulaires du long terme et de l'intérêt collectif. Ces catégories sont désuètes et tout à fait étrangères au populisme. Conclure que le populisme gangrène les sociétés politiques et les gouvernants avec la même ampleur serait aussi commettre une erreur...

**Jean G. Padioleau**