

LA CONSTRUCTION DU SENS DU POPULISME DANS LES JOURNAUX AU QUÉBEC

Francis Therrien

Universitetet i Oslo

Résumé

Les débats concernant la définition du populisme datent et se poursuivent dans le monde académique. Le champ médiatique, quant à lui, utilise cette notion sans trop bien la définir. Cet article propose de dresser le portrait du contexte de l'utilisation explicite des termes « populisme » et « populiste » ainsi que d'explorer les différents sens donnés au populisme à travers une analyse de cadrage. L'étude porte sur un ensemble d'articles provenant du Devoir, La Presse(+) et Le Journal de Montréal durant la campagne électorale québécoise de 2018. Comme dans le cas d'études sur la presse britannique, scandinave et finlandaise, la construction du sens du populisme varie grandement et sert à désigner des politiques et des personnages aux antipodes. Cela se traduit par la présence de cinq cadres différents : (1) mouvement politique; (2) nativiste; (3) anticonsensus économique; (4) menace démocratique; et (5) simplification.

Mots-clés : populisme, médias, presse québécoise, journalisme, cadrage

Abstract

Debates surrounding the definition of populism in academia can be traced back long ago and continue to be present. As to the media

field, the use of the concept is not too well defined. This article proposes to examine this use of populism, by looking at the context of explicit mentions of “populism” and “populist” and by exploring the various meanings given to populism through a framing analysis. The study deals with the articles from Le Devoir, La Presse(+) and Le Journal de Montréal during the 2018 electoral campaign in Québec. Like in other studies on the British press and the Nordic press, the construction of the meaning of populism differs widely between articles and is used to designate policies and politicians that could be seen opposite. This is reflected in the presence of 5 different frames: (1) political movement; (2) nativist; (3) anti-economic consensus; (4) democratic threat; and (5) simplification.

Keywords : populism, media, Québec press, journalism, framing

Toute étiquette politique laisse place à une certaine contestation du signifié, que ce soit dans les médias, dans le monde académique ou dans les institutions de prises de décisions politiques. Aussi, la notion de populisme ne fait pas exception : elle aurait connu une « désémantisation » avec son gain en popularité au tournant du 21^e siècle (Taguieff, 2007, p. 93). Cette perte de sens fait débat alors que, pour d'autres, la définition de ce concept connaîtrait une certaine convergence depuis quelques années, notamment dans les champs des études en science politique (Kaltwasser, Taggart, Espejo, & Ostiguy, 2018, p. 1). Dans le cas des médias québécois, cette croissance en popularité se confirme aussi, avec une encore plus grande importance à partir de 2015. En effet, si on observe le contenu des trois principaux quotidiens québécois, c'est-à-dire qui ont une distribution nationale plutôt que locale ou régionale — *Le Devoir*, *La Presse(+)*¹, et *Le Journal de Montréal* — les articles contenant une mention du populisme ou de populiste(s) sont présents depuis un moment, mais connaissent une forte augmentation entre 2015 et 2016².

On observe une croissance de l'utilisation des signifiants « populisme » ou « populiste » à travers les médias québécois au même moment où le monde académique continue de débattre de la notion même du populisme (Alvares & Dahlgren, 2016). Ce contexte rend importante une compréhension de l'utilisation des signifiants de ce concept par les acteurs médiatiques québécois; cela permettra de rendre compte du phénomène social qu'est le populisme à

¹ La Presse papier jusqu'au 31 décembre 2013 et pour La Presse+ à partir du 1^{er} janvier 2014.

² Voir Annexe 1.

travers la lentille des communications médiatiques. Effectivement, « une compréhension complète du phénomène du populisme ne peut être achevée sans étudier les dynamiques liées aux médias et les communications de masse » (Mazzoleni, 2003, p. 2 ; cité dans Manucci, 2018, p. 469 ; notre traduction). Nous proposons donc d’interroger l’utilisation médiatique de cette notion afin de mieux éclairer ce qui est l’objet signifié lorsqu’il y a mention explicite du populisme dans le contexte québécois.

Pour ce faire, nous tenterons de présenter l’état des lieux sur les définitions académiques de la notion de populisme. Ces approches sur le concept nous permettront de mieux évaluer les différentes constructions attendues dans l’étude des textes médiatiques des trois quotidiens étudiés. Ensuite, nous présenterons un portrait quantitatif des occurrences de « populisme » ou « populiste » dans les trois quotidiens québécois pour les 10 dernières années, avant d’étudier les cadrages de cette notion dans les textes du *Devoir*, de la *Presse(+)*, et du *Journal de Montréal* pendant la campagne précédant dernières élections générales provinciales québécoises, en 2018. Ceci éclairera les compréhensions médiatiques, et plus particulièrement journalistiques, de ce qu’est le populisme.

Éléments de définition du populisme

Comme nous le mentionnions en introduction, les débats sur la définition même du populisme existent dans différents champs de la société et le champ académique n’y fait pas exception. Déjà, en 1981, la sociologue Margaret

Canovan écrivait : « s'il y a une chose dont la littérature existante rend compte, il s'agit bien du fait que nous ne pouvons espérer réduire tous les cas de populisme à une seule définition ou à trouver l'essence derrière les utilisations établies du terme » (Canovan, 1981, p. 7 ; notre traduction). L'année suivante, le politologue William Riker se positionnait de manière assez critique par rapport à la notion de populisme dans *Liberalism Against Populism*. Il estime dans cet ouvrage que le populisme ne peut survivre en raison de son essence qu'il décrit par un binôme de propositions : (1) « Ce que le peuple, comme entité sociale, comprend comme politiques sociales » ; (2) « Le peuple est libre quand ses vœux sont lois » (Riker, 1982, p. 241 ; notre traduction). En effet, il postule qu'il est impossible de savoir ce que le peuple veut même à travers des élections puisque, au mieux, celles-ci nous indiquent seulement quelle alternative disponible a gagné.

Malgré la pertinence de ses critiques, on constate aujourd'hui que sa prédiction de la disparition du populisme ne s'est pas avérée, même qu'il est arrivé « une singulière mésaventure au mot "populisme" : il est récemment devenu populaire, en se transformant en opérateur d'illégitimation » (Taguieff, 2007, p. 93). La campagne électorale présidentielle états-unienne de 2016 tend d'ailleurs à confirmer cette popularité en étant la campagne de l'histoire récente à avoir connu le plus de références au populisme (Müller, 2016, p. 1). Dans le langage médiatique, le populisme semble se définir selon Taguieff « par soit son orientation antidémocratique ("fasciste"), soit par son allure pseudo-démocratique » (2007, p. 5). De manière générale, les définitions de toutes

sortes « d'anxiétés » se cristalliseraient autour du mot « *populisme* » (Müller, 2016, p. 8).

La notion de populisme serait en effet devenu un terme abusif utilisé pour stigmatiser des opposants politiques ou pour miner la crédibilité politique de différentes actrices et acteurs par les médias, mais aussi parfois dans le monde académique (Brubaker, 2017, p. 3 ; Kaltwasser *et al.*, 2018, p. 2 ; Rydgren, 2006, p. 5). Ce qualificatif — bien qu'il puisse éclairer un mouvement ou un parti — est souvent utilisé pour le discréditer, que ce soit en Europe, aux États-Unis ou au Canada (Gingras, 2006, p. 91). C'est là l'une des « conséquences de la condescendance, de l'arrogance et de l'ignorance de la part d'élites et de l'intelligentsia » (Stavrakakis, 2017, p. 524 ; notre traduction) parce qu'ils verraient toute perturbation ou toute contestation d'un ordre établi et naturalisé — le consensus au centre, la globalisation néolibérale — comme négative et, *de facto*, populiste (Mouffe, 2018, p. 17 ; Stavrakakis, 2017, p. 524). Par conséquent, « le concept a été purgé de sens, et devrait, par le fait même, être défini avec attention avant d'être utilisé comme un outil descriptif ou analytique » (Rydgren, 2006, p. 5 ; notre traduction).

Bien qu'il semble y avoir un constat général qui tend à montrer un niveau d'utilisation abusif du terme, il demeure des débats sur la construction de ce qu'est réellement le populisme. Certains affirment, comme Canovan (1981), qu'il n'y a pas de définition claire et consensuelle (Alvares & Dahlgren, 2016, p. 48) alors que d'autres suggèrent que certaines approches se distinguent.

Effectivement, Kaltwasser *et al.* (2018) affirment qu'il y a une certaine convergence de la recherche sur ce qui serait « l'approche idéationnelle » tout en proposant que les approches définies comme « politicostratégique » et « socioculturelle » demeurent importantes.

Approche idéationnelle

L'approche idéationnelle considère le populisme comme un « ensemble d'idées » qui peut constituer les éléments centraux du discours, une idéologie (Mudde, 2018, p. 41) ou une idéologie « fine » (Stanley, 2008). Quatre éléments centraux peuvent être identifiés comme constitutifs de l'approche idéationnelle : la présence d'une idéologie, le peuple, l'élite et la volonté générale (Mudde, 2018, p. 29). En bref, cela repose sur les convictions que la « société peut être séparée en deux groupes homogènes et antagonistes, “le peuple pur” contre “l'élite corrompue” » et que la politique devrait être seulement « l'expression de la volonté générale de ce peuple » (Mudde, 2018, p. 29 ; notre traduction).

Cela fait écho à d'autres qui estiment que le populisme ne peut pas seulement être appréhendé comme un style politique (Rosanvallon, 2011, p. 4) qu'il « devrait être compris comme une idéologie distincte qui incarne une façon particulière de construire le politique, en raison des interactions spécifiques de ses concepts centraux » (Stanley, 2008, p. 95 ; notre traduction). Cela implique ainsi que les populistes « en plus d'être antiélitistes, sont *antipluralistes* », puisqu'ils prétendent être les seuls à représenter ce peuple pur et homogène.

Quiconque ne s'identifierait pas à cette représentation du peuple est antagoniste (Müller, 2016, p. 3–40; notre traduction). Toutefois, cette définition s'approche d'un nationalisme radical ou d'une variante fascisante. Se limiter à cette définition tout en parlant de populisme pourrait ainsi s'apparenter à un euphémisme de la teneur réelle des enjeux derrière le signifiant. La contribution de Margaret Canovan, qui propose une définition recoupant les grandes lignes de celle qui précède, est donc pertinente puisqu'elle ajoute une nuance qui permet cette distinction. Malgré cet antipluralisme, le populisme « n'encourage pas une lutte des classes ni ne glorifie la violence en plus d'être facilement corrompu par le succès » (Canovan, 1981, p. 290 ; notre traduction).

On peut ainsi dire que la dichotomie centrale au noyau idéationnel du populisme pourrait être représentée par une polarisation verticale entre « l'élite » et « le peuple » et une polarisation horizontale entre « le peuple » et « l'autre » (Alvares & Dahlgren, 2016, p. 49), mais qu'elle ne s'articule pas seulement à travers des éléments rhétoriques ou discursifs. Dans le cas de ce qui est considéré du populisme de droite, par exemple, le peuple correspondrait essentiellement à une définition ethnique de la nation et l'autre serait « des groupes et des forces extérieures (incluant des "outsiders internes" : celles et ceux qui vivent dans le même État et qui, même si ces personnes ont la citoyenneté, sont perçues comme n'appartenant pas à la nation) » (Brubaker, 2017, p. 11 ; notre traduction).

Approche politicostratégique

Quant à l'approche politicostratégique, elle considère le populisme plutôt comme une forme d'organisation. En d'autres mots, le populisme serait essentiellement la caractérisation de la relation entre les gouvernants et les gouvernés. Cette relation minimiserait les médiations institutionnalisées pour préconiser une communication plus directe, elle montrerait une « prévalence d'un leadership pyramidal du sommet vers la base tout en ayant une rhétorique opposée, c'est-à-dire du bas vers le haut » (Weyland, 2018, p. 67 ; notre traduction). Par ailleurs, une gouvernance plébiscitaire serait aussi caractéristique des populistes (Rydgren, 2006, p. 5) en raison du « manque d'organisations intermédiaires entre les gouvernants et les gouvernés » (Weyland, 2018, p. 68 ; notre traduction). Cette importance placée sur le lien direct entre la ou le *leadeur* et la population tend toutefois à pointer vers des mouvements essentiellement différents. Nous pourrions notamment penser au mouvement désinstitutionnalisé d'Emmanuel Macron aux élections présidentielles françaises de 2017, mais aussi à Donald Trump. Le parapluie du populisme dans cette approche est ainsi compris comme étant suffisamment large pour classer ces deux hommes comme *leadeurs* populistes.

Approche socioculturelle

Finale­ment, la recherche catégo­risée dans l'approche socioculturelle propose d'envisager le populisme à travers « sa rhétorique et sa praxis » qui porteraient une charge émo­tive (Ostiguy, 2018, p. 92). Ces dernières se traduiraient entre autres par l'impression que le populisme est « un spectacle, une performance ;

qu'il est à des lunes des bureaucraties ternes et des administrations fermées » (Ostiguy, 2018, p. 92 ; notre traduction). Plus particulièrement, cette rhétorique serait toujours antiélitiste bien que la construction même de cette élite puisse grandement varier dans chacun des mouvements populistes (Ostiguy, 2018, p. 92). Ainsi, la construction de ce que constitue le peuple et les élites, donc le signifié, n'est pas constante dans les différents discours populistes, mais leur point commun est l'utilisation de signifiants similaires (Rooduijn, 2014, p. 727).

Même si Chantal Mouffe affirme ne pas vouloir s'inscrire dans le débat académique « stérile » à propos de la « vraie nature » de ce qu'est le populisme (Mouffe, 2018, p. 9), on peut placer son approche dans la famille des approches socioculturelles en raison de la centralité du discours. Toutefois, elle inclut aussi une dimension idéationnelle en postulant l'aversion des mouvements populistes actuels, quels qu'ils soient, de ce qu'elle nomme la « post-politique » (Mouffe, 2018, p. 17). En effet, elle affirme que les populismes tentent de construire une nouvelle hégémonie dans une relation agoniste avec l'hégémonie néolibérale actuelle afin de la remplacer. Selon elle, une stratégie du populisme de gauche devrait être d'abord socioculturelle, puisqu'elle serait « informée par une approche antiessentialiste, selon laquelle le "peuple" n'est pas un référent empirique, mais bien une construction politique discursive » (Mouffe, 2018, p. 62 ; notre traduction). Ce « peuple » devrait être entendu comme un groupe hétérogène à l'intérieur duquel des revendications

démocratiques diverses sont contenues, en opposition avec « l'oligarchie » (Mouffe, 2018, p. 79–80).

Construction du populisme dans les médias

Les utilisations du populisme dans les médias, comme dans le monde académique, servent parfois à discréditer une actrice ou un acteur politique, le plus souvent opposé au consensus néolibéral. Toutefois, cette construction du sens du populisme ne constitue pas l'ensemble de la présence de la notion dans les médias, que ce soit au Québec ou ailleurs. C'est à cette variété d'utilisations que se sont déjà intéressées certaines études, notamment Bale *et al.* (2011) et Herkman (2016). En effet, la première propose « d'examiner comment les termes populisme et populistes sont utilisés dans les journaux nationaux britanniques *broadsheets* » (Bale *et al.*, 2011, p. 112). Plus précisément, les auteurs observent à la manière dont les termes sont utilisés et à l'endroit où ils le sont; aux personnes qui sont décrites comme populistes; et à quels enjeux sont associés aux termes. Pour Herkman (2016), la méthode est plutôt similaire, mais pour des journaux scandinaves et finlandais; il y ajoute une dimension qualitative, c'est-à-dire les cadres liés à l'utilisation du populisme. Pour ce faire, Herkman isole les phrases ou les citations contenant le terme populisme ou ses variantes, puis les classe en fonction de leur sens principal, ce qui a mené à la proposition de cinq cadres principaux : (1) nationalisme; (2) nativisme; (3) rhétorique vide; (4) mouvement politique; et (5) la voix du peuple (Herkman, 2016, p. 152). Nous proposons ainsi de poursuivre la recherche sur le phénomène social qu'est la montée du populisme, en nous intéressant nous

aussi à la construction du sens du populisme, mais cette fois-ci dans l'espace public québécois. Nous développerons donc ici une méthode basée sur ces deux précédentes études pour dresser un portrait de l'utilisation du populisme dans les médias ainsi que des cadres présents.

Cadrage

Tout d'abord, le cadrage, dans sa définition la plus large, consiste à présenter un élément « sous un angle particulier » (Nadeau & Bastien, 2003, p. 184). En d'autres mots, dans le champ des études médiatiques, le cadrage fait habituellement référence à diverses manières utilisées par les journalistes pour porter un sens donné au premier plan, pour mettre en relief certains éléments, ou pour placer l'accent sur une partie des aspects de la réalité alors que d'autres sont plus ou moins écartés (Herkman, 2016, p. 152; Lemarier-Saulnier, 2016, p. 67). Cela « participerait à la construction de sens entourant ces éléments [...] lors de la médiatisation de notre quotidien » (Lemarier-Saulnier, 2016, p. 67). On fait ainsi référence à la sélection d'éléments disponibles liés à un enjeu donné, pour en rendre certains plus saillants et d'autres moins. Cette sélection se fait parmi « un stock culturel de cadres » et doit être « appréhendée comme faisant partie des mécanismes de pouvoir » (Van Gorp, 2007, p. 63; notre traduction). Ainsi, « le cadrage serait une construction résultant d'une bataille pour la définition du sens » dans laquelle les luttes de pouvoir sont reproduites (Lemarier-Saulnier, 2016, p. 68). Tout cela résulte en la production, par des journalistes, de cadres qui servent à l'interprétation de textes médiatiques pour le public (Manucci, 2018, p. 467; Reese, 2010, p. 19;

Van Gorp, 2010, p. 87–88). Dans certains cas, l'intérêt est porté sur l'effet de ces cadrages ou sur la manière dont l'audience reçoit et interprète ces cadrages, mais ce n'est pas ce à quoi nous faisons référence dans le cas présent.

Questions de recherche, méthode et matériel

Cela étant dit, nous proposons ainsi de tenter de répondre à deux questions sur l'utilisation du populisme dans les médias. Ces questions sont les suivantes :

QR1 : Dans quels contextes la notion de populisme est-elle présente?

QR2 : Quels cadres sont-ils construits dans les médias autour des signifiants du populisme?

Plus précisément, nous avons observé la présence du populisme dans le cas de la campagne électorale provinciale québécoise de 2018 dans les trois principaux quotidiens nationaux du Québec : *Le Devoir*, *La Presse(+)* et *Le Journal de Montréal*. Nous estimons que l'étude de ces journaux est pertinente malgré la diversité des types de médias existants, notamment en raison de leur large portée, de leur publication (quasi) quotidienne, de leurs différences organisationnelles et du fait qu'ils appartiennent à différentes organisations. En effet, *Le Devoir* est un journal indépendant, *La Presse(+)* fait partie du groupe Gesca pour la majeure partie de la période 2009-2018 avant de devenir la propriété d'une organisation sans but lucratif, alors que *Le Journal de Montréal* appartient à Québecor (Giasson, Brin, & Sauvageau, 2010, p. 403–404). Ainsi, l'échantillon de contenu médiatique analysé est constitué des textes contenant

une mention explicite du populisme et produits par des personnes directement associées aux médias. Ces personnes sont les journalistes reporters et les journalistes d'opinion. Cela exclut donc les contributions externes comme les lettres ouvertes. La période couverte correspond à la campagne électorale québécoise de 2018 – du 23 août au 1^{er} octobre. Ont été aussi exclus les textes provenant d'agences internationales, pour éviter les doublons à travers les trois journaux et pour tenter de nous en tenir à la production de cadres liés au populisme au sein du journalisme québécois. En ce qui a trait à la période choisie, nous estimons, comme Herkman (2016, p. 151), qu'elle constitue un moment important du discours politique, bien qu'évidemment elle puisse écarter certains éléments qui pourraient être présents autrement. Par ailleurs, nous postulons aussi que la période sélectionnée garantisse qu'au moins un sujet semblable – les élections générales – soit présent à travers les trois médias sélectionnés.

Une recherche pour l'expression « populis* » dans la base de données Eureka.cc, en précisant les médias et la période mentionnée ci-haut permet d'obtenir ces textes. Nous avons ainsi obtenu 85 textes puis, après discrimination en fonction des critères nommés ci-haut et suppression de quelques doublons, nous arrivons à un ensemble de 54 textes. À cela, une recherche, sans extraire les textes, pour la même expression dans les mêmes journaux, mais pour la période de janvier 2009 à décembre 2018, a été menée afin de pouvoir mieux contextualiser la période choisie, et répondre plus largement à la question 1.

Les textes de la première recherche ont été codés d'abord de manière générale, en fonction de la date, du journal, de l'auteur ou de l'auteure et du titre. Ensuite, comme Herkman (2016), nous avons isolé la ou les phrase(s) et/ou la ou les citation(s) contenant la mention de populisme. Cela permet de noter, comme Bale *et al.* (2011) si la mention provient de la ou du journaliste, d'un personnage politique ou d'une autre personne; si elle est présente dans le titre et/ou le texte et à combien de reprises; si elle est associée à une politique, à un style, à un personnage politique ou à un autre objet; et à quelle zone géographique est associée cette mention. Ensuite, nous avons mis au jour les sens derrière les populisme(s) et populiste(s) en classant ces mentions selon différents cadres qui ont été développés de manière inductive (Van Gorp, 2010, p. 93–96) après l'analyse de chacun des paragraphes contenant les mentions explicites de populisme. En effet, comme le nombre total de textes est suffisamment restreint pour les analyser individuellement en entier, nous nous en sommes tenu à cette « première phase » qui sert, lorsque le nombre de textes est plus élevé, à coder les autres textes qui suivent en fonction de « variables manifestes qui peuvent représenter aussi des concepts latents » (Van Gorp, 2007, p. 71-72; notre traduction). Pour ce faire, nous avons classé les « ensembles de cadres » (*frame packages*) de sorte qu'on isolait un ensemble par ligne, en le divisant pour chaque « dispositifs de cadrage » (*framing device*) en différentes colonnes pour former une matrice (Van Gorp, 2007, p. 72; notre traduction). Cela a ensuite permis d'« identifier des séquences logiques de dispositifs de cadrage et de raisonnement parmi des textes autrement séparés » pour finalement arriver à des « cadres centraux » (Van Gorp, 2007, p. 72; notre

traduction). Prenons par exemple l'extrait suivant pour illustrer la démarche : « l'homme de Davos est aujourd'hui devenu la cible de la colère populiste » (Rioux, 2018). Dans ce cas, nous avons isolé la métaphore de « l'homme de Davos » et la « colère populiste » en plus de noter l'antithèse entre ces deux éléments. Ces trois annotations, séparées en trois colonnes, correspondent aux dispositifs de cadrage. Une fois avoir fait cela avec chacun des ensembles de cadre de l'échantillon, nous avons obtenu la matrice en question, puis nous avons regroupé les différents dispositifs et les avons classés selon cinq différents cadres – définis dans la section suivante. Pour l'exemple donné, le cadre principal est le cadre « anticonsensus économique » que nous explicitons ci-bas.

Résultats

D'abord, nous souhaitons dresser le portrait général de l'utilisation du populisme. Le nombre d'articles provenant des trois médias visés dans cet article – *Le Journal de Montréal*, *Le Devoir* et *La Presse(+)* – qui apparaissent dans la base de données d'Eureka.cc mentionnant l'expression « populis* » a connu deux phases : la première, entre 2009 et 2015, où le nombre de produits journalistiques publiés répondant à ces critères varie entre 200 et 300 (à l'exception de 2009 où on en compte 189 et de 2011 où 322 articles sont recensés). La seconde phase s'amorce en 2016, alors que l'on compte plus de 600 articles répondant aux mêmes critères annuellement³. Durant cette

³ Voir Annexe 1

deuxième phase, le mois de novembre 2016⁴ est celui où on recense le plus d'occurrences avec 130 articles mentionnant explicitement la notion de populisme. Cela concorde avec l'élection présidentielle états-unienne où Donald Trump s'est vu accorder la majorité des votes du collège électoral. La raison du maintien du volume de production d'articles contenant ces mentions demeure toutefois à explorer.

Nous avons aussi observé sur la même période une nette différence entre le nombre d'articles provenant de la *Presse(+)* et du *Devoir* avec le *Journal de Montréal*⁵. En effet, en observant la part des occurrences annuelles de chacun des journaux, on constate que *Le Devoir* arrive en tête la majorité du temps, suivi de près par *La Presse* alors que *Le Journal de Montréal* réfère beaucoup moins souvent explicitement au populisme, bien qu'il y ait eu une certaine augmentation de sa part au cours de la période.

En ce qui a trait à la période choisie, les données ne se distinguent pas particulièrement de la tendance des 10 dernières années. En effet, la part des articles est similaire : 24 provenaient du *Devoir*, 19 de *La Presse(+)* et 11 du *Journal de Montréal*. Cela porte le compte à deux articles par jour, ce qui s'approche de la moyenne annuelle. Donc, bien qu'elle puisse avoir eu un effet de distorsion du contenu, la campagne électorale québécoise de 2018 – un moment important de discours politique, mais souvent du distinct du discours

⁴ Voir Annexe 2

⁵ Voir Annexe 3

hors campagne (Herkman, 2016, p. 151) – ne diffère pas énormément de la phase 2016 à 2018.

Quant à l'analyse du contexte de l'utilisation des étiquettes populistes à l'intérieur de ces articles, nous avons observé que presque les trois quarts des mentions du populisme sont faites directement par les journalistes (73%); que seulement quatre articles mentionnant le populisme explicitement avaient cette mention dans le titre et que ces quatre articles avaient aussi au moins une mention dans le corps du texte. Dans la pluralité des cas (35,3%) où un État ou une région était mentionné en lien avec la mention de populisme, il s'agissait du Québec.

Afin de répondre à la question de recherche 2 sur la construction des sens de la notion de populisme, nous avons tenté de cerner les cadres associés au sens donné au populisme dans les articles. Après analyse des textes, cinq cadres se distinguent. Deux d'entre eux recourent les cadres nommés par Herkman (2016) après son analyse de la presse scandinave et finlandaise : (1) le cadre du mouvement politique et (2) le cadre nativiste (Herkman, 2016, p. 152). Les trois autres sont : (3) le cadre anticonsensus économique; (4) le cadre de la menace démocratique et (5) le cadre de simplification. Évidemment, ces cadres peuvent se superposer dans l'interprétation donnée du populisme à l'intérieur d'un même texte : ils ne sont pas mutuellement exclusifs. Dans une moindre mesure, la référence à certains affects (Spinoza, 2000) était présente comme justification de certains de ces cadres, mais aucune tendance claire n'en est ressortie.

Comme la littérature théorique sur le sujet le suggère, notamment dans l'approche socioculturelle, on retrouverait une charge émotive dans la rhétorique et la praxis populiste (Müller, 2016, p. 12; Ostiguy, 2018, p. 92). La présence d'affects ne constituaient par ailleurs généralement pas le cadrage principal : nous avons donc décidé de l'exclure. Cela étant dit, les éléments nommés étaient toujours négatifs (*tristitia*), on trouve notamment: « colère » (Rioux, 2018); « peurs et inquiétudes » (Agence QMI, 2018), « les populistes hurlent » (Cardinal, 2018).

Pour revenir aux cadres centraux, le *cadre du mouvement politique* (34 occurrences) « approche le populisme de manière plus neutre » (Herkman, 2016, p. 152; notre traduction). Il s'agit notamment des occurrences où les termes « populisme » et « populiste » sont utilisés comme une étiquette descriptive servant à « séparer différents mouvements et partis politiques les uns des autres » (Herkman, 2016, p. 152). L'idée du mouvement en soi est elle aussi importante ici puisque, dans une proportion importante des apparitions de ce cadre, la référence à la « montée » (e.g. Desrosiers, 2018b; Gruda, 2018b; Villeneuve, 2018) du populisme, à sa « croissance » (Desrosiers, 2018b) et au fait qu'il commencerait à être « bien ancré » (Desrosiers, 2018a) « un peu partout en Occident » (Latendresse, 2018) est présente.

Le *cadre nativiste* (26 occurrences) se rapproche de ce que certaines et certains pourraient associer au nationalisme, mais, plutôt que de « s'identifier positivement avec la nation, [il] se concentre sur l'exclusion négative, voire

hostile, des autres » (Herkman, 2016, p. 152; notre traduction). Il s'apparente ainsi à ce qu'on nomme parfois le « néopopulisme, associé à l'extrême droite ou à la droite radicale, qui attribue au populisme des connotations xénophobes, racistes et antiimmigration » (Herkman, 2016, p. 152). Non seulement les références négatives à « l'autre », compris comme les immigrantes et les immigrants ou les personnes réfugiées par exemple, la cause « de l'effritement de l'identité nationale » (Rioux, 2018), ont été incluses, mais aussi les mentions du populisme qui le définissait en soi ou par association comme « raciste » (Vastel, 2018), contre « l'ouverture » et « la tolérance », « néonazi » ou « islamophobe » (Gruda, 2018a). À cela, nous avons cru pertinent d'inclure les occurrences où on trouve des références négatives ou une opposition explicite à l'élite et aux institutions sociales-démocrates comme les syndicats, potentiellement vus comme des alliés de cet « autre » auquel le populisme s'opposerait. Ce cadre fait donc en quelque sorte écho à la définition de la droite radicale populiste de Rydgren (2006) qui postule que « l'essence fondamentale idéologique de la xénophobie ethnonationaliste est l'antiestablishment » (Rydgren, 2006, p. 2; notre traduction). On reconnaît ainsi des éléments mentionnés dans la section sur l'approche idéationnelle dans ce cadre.

Dans les cadres propres à l'échantillon de cette étude, le *cadre anticonsensus économique* (20 occurrences) réfère aux tentatives de définition du populisme comme s'opposant aux doctrines néolibérales en vigueur dans le monde occidental. Ainsi, comme nous le mentionnons dans la section sur les

définitions du populisme, sont incluses dans ce cadre les occurrences où on assimile toute perturbation ou contestation du consensus au centre ou de la globalisation économique au populisme (Mouffe, 2018, p. 17 ; Stavrakakis, 2017, p. 524). Ainsi, on trouve des éléments comme l'idée que « la crise financière de 2008 et ses effets » (Desrosiers, 2018a), que le « chômage lié à l'économie actuelle » (Desrosiers, 2018b), que le creusement des inégalités et, notamment, « que les revenus stagnent ou déclinent depuis 1970, sous l'effet des politiques néolibérales » (Blanchette, 2018) causeraient le populisme. Plus simplement aussi, certaines utilisations de ce cadre se font par association directe et explicite à différentes oppositions, entre autres, à la globalisation et aux traités de libre-échange comme l'AECG; au capitalisme et à la mondialisation; au « système » et à l'Union européenne (comme technocratie).

Le *cadre de la menace démocratique* (20 occurrences) se traduit par différentes associations entre le populisme et son potentiel « dangereux », particulièrement en ce qui a trait à l'État de droit, à la démocratie représentative (Rydgren, 2006, p. 5) et au pluralisme (Müller, 2016). Les journalistes cadrant le populisme de cette manière associent généralement ce courant à l'extrémisme, au « mépris de la démocratie et de la primauté du droit » (Cornellier, 2018) et le posent comme une des plaies de notre époque. D'ailleurs, ce cadre a toujours une connotation négative, qu'elle soit explicite ou implicite, et est fréquemment associé à un appel à l'action contre cette menace. On retrouve notamment des appels à « affronter la menace populiste » (Gruda, 2018b), à ce que ces idées puissent être contestées, ou à « conjurer le populisme » (Rettino-Parazelli, 2018).

Enfin, le *cadre de simplification* (10 occurrences) recoupe partiellement le cadre observé par Herkman (2016) nommé « cadre de la rhétorique vide », mais seulement sur l'aspect de la « connotation liée aux politiques publiques irresponsables » (p. 152). Dans notre échantillon, ces politiques semblaient être décrites ainsi parce que le populisme amènerait une simplification du discours. Ainsi, nous avons intégré cet élément à tout autre qui semblait postuler un faible niveau de compréhension de la politique ou directement la simplicité. Dans les quotidiens québécois évalués, on retrouve notamment des qualifications comme « à ras les pâquerettes » (Bombardier, 2018), « analphabète constitutionnel » (Boisvert, 2018), « démagogique » (Martineau, 2018) et « irresponsables et bons à riens » (Milasin, 2018) ou encore des antithèses comme : « une réponse populiste à un problème complexe » (Béland, 2018).

Discussion et conclusion

Contextes d'utilisation

Pour ainsi revenir à la première question de recherche sur les contextes dans lesquels la notion de populisme est présente, nous avons remarqué qu'en moyenne, moins d'un article par jour contenant une référence explicite au populisme a été publié dans les trois médias étudiés de 2009 et 2015, pour ensuite grimper à une moyenne d'environ deux articles par jour. Nous estimons ainsi, comme dans le cas des journaux britanniques, scandinaves et finlandais (Bale et al., 2011, p. 127; Herkman, 2016, p. 157), que *La Presse(+)*, *Le Journal*

de Montréal et *Le Devoir* n'utilisent que rarement les termes « populisme » et « populiste » dans leurs textes, malgré la croissance en popularité que ces mots ont connu en 2016. En effet, vu le volume de contenu produit par les trois journaux québécois et le nombre d'articles mentionnant explicitement ces termes, les mentions explicites du populisme n'ont pas inondé les pages.

La différence en ce qui a trait à la quantité réside toutefois dans l'origine des articles. Nous l'avons mentionné, *Le Journal de Montréal* produit le moins d'articles avec les références explicites au populisme. Ainsi, à la différence de la teneur populiste du *contenu* des journaux, pour laquelle il n'y aurait pas de grande différence entre les médias décrits comme « tabloïds » – *le Journal de Montréal* dans cet échantillon – et les médias dits d'élite (Rooduijn, 2014, p. 741), il y a une différence importante entre ces deux types de médias, en ce qui a trait à l'utilisation des signifiants populistes. Celle-ci pourrait s'expliquer notamment par le nombre de mots dans le contenu des pages du *Journal de Montréal*, inférieur à celui des deux autres médias⁶. Bien qu'il n'y ait pas de corrélation proportionnelle directe entre le nombre de mots et la présence des expressions « populisme » et « populiste » – les coefficients de corrélation de Pearson n'étaient pas significatifs – il semble ici y avoir un certain lien. Cela s'explique probablement en raison d'un élément tiers, donc non lié au format physique, tel que le style de publication ou la quantité d'articles d'analyse et d'opinion publiée dans chacun des médias. Une investigation avec un échantillon plus important d'articles permettrait de mieux expliquer ce lien.

⁶ Voir Annexe 4

Toujours en ce qui a trait au contexte d'utilisation explicite de la notion de populisme, ses apparitions surviennent généralement dans les mots mêmes des journalistes, dans le corps du texte et lorsqu'il est question de politique québécoise. Mis à part la notion géographique qui était prévisible vu les élections générales au Québec, il apparaît étonnant que les journalistes se soient autant approprié les termes « populisme » et « populiste », étant donné la controverse sur la définition qui les entoure et le fait que ces mots soient souvent utilisés pour stigmatiser, comme il l'a été évoqué dans la section sur les définitions du populisme. Dans l'étude des journaux du Royaume-Uni, 87% des mentions provenaient aussi directement des propos de la rédactrice ou du rédacteur des textes journalistiques (Bale *et al.*, 2011, p. 117). Toutefois, nous nous serions attendus à ce que plus de sources externes soient utilisées dans le contexte québécois, au nom de ce que les journalistes qualifient de « neutralité », « d'impartialité » ou « d'objectivité ». On enseigne d'ailleurs dans les écoles de journalisme du Québec que les personnes qui pratiqueront le métier ne sont « pas là pour indiquer ce qu'il faut penser, ni pour louer ou réprimander qui que ce soit. [Elles sont] là pour *témoigner* » (Sormany, 2011, p. 33). En ce qui a trait au nombre de titres contenant les expressions « populisme » ou « populiste », étant donné la controverse et la connotation péjorative des termes, il aurait pu être naturel de penser que les rédactions des journaux auraient choisi de les utiliser fréquemment. En effet, l'orientation pour le profit des journaux qui sont des entreprises privées (Herman & Chomsky, 1988, p. 14) aurait pu faire croire que la controverse autour de l'étiquette aurait pu permettre de susciter l'intérêt, donc des clics en ligne ou l'achat de journaux

papier. Toutefois, comme dans le cas britannique (Bale *et al.*, 2011, p. 117), cela ne s'est pas avéré.

Construction de sens

De manière générale, la construction du sens de populisme varie grandement et les étiquettes de populistes sont accolées à des politiques et à des personnages politiques très différents dans les médias québécois comme c'est le cas ailleurs (Bale *et al.*, 2011; Herkman, 2016). En effet, en Angleterre, les termes populiste et populisme « sont utilisés pour une grande variété d'individus et de partis politiques », en plus d'être « associés à des enjeux de gauche comme de droite, et peuvent même parfois désigner des causes presque diamétralement opposées » (Bale *et al.*, 2011, p. 127). Cela se traduit d'ailleurs dans la variété de cadres présents dans l'échantillon observé : le cadre du mouvement politique; le cadre nativiste; le cadre anticonsensus économique; le cadre de la menace démocratique; et le cadre de simplification. Par exemple, dans certains cas, le cadre nativiste se traduisait par un rejet de « l'autre » qui incluait les syndicats, alors que le cadre anticonsensus économique a parfois associé le populisme au socialisme et à l'anticapitalisme, qui ne semblent pas à priori antisyndicaux.

Ces trois derniers cadres, qui ne se retrouvent pas dans l'article d'Herkman (2016), tendent d'ailleurs à montrer une plus grande variation dans les possibilités de construction du sens du populisme. C'est-à-dire que, dans une perspective gauche-droite traditionnelle, les cadres présents dans les journaux au Québec pourraient inclure un plus large spectre politique alors qu'en

Scandinavie et en Finlande, ils semblent *a priori* désigner majoritairement des éléments associés traditionnellement à la droite. Cela étant dit, malgré que Bale *et al.* (2011) ne se soient pas intéressés aux cadres, on faisait aussi remarquer que les différentes constructions pouvaient être aux antipodes. L'héritage britannique du système politique québécois, ou encore la similarité entre leurs systèmes médiatiques (Hallin & Mancini, 2004) pourraient peut-être, à tout le moins partiellement, expliquer ce point en commun dans le discours journalistique sur le populisme.

Par ailleurs, bien que le cadre le plus présent, celui du mouvement politique, soit un cadre plus neutre et descriptif (Herkman, 2016, p. 152), il a aussi une portée politique étant donné la connotation péjorative de l'étiquette (Brubaker, 2017, p. 3 ; Kaltwasser *et al.*, 2018, p. 2 ; Rydgren, 2006, p. 5; Mouffe, 2018, p. 17 ; Stavrakakis, 2017, p. 524). Ainsi, derrière l'apparence de « neutralité » se trouve tout de même un choix linguistique qui a des portées politiques non-neutres. En parallèle, l'utilisation de ce cadre fait aussi écho à la montée du populisme en Occident. Ainsi, on peut postuler que les journalistes au Québec construisent le phénomène comme nouveau et/ou en croissance. En ce qui a trait au second en terme de présence, le cadre nativiste reflète aussi probablement le contexte international, notamment le fait qu'on l'associe à au président des États-Unis, Donald Trump. L'élection de ce dernier corrèle d'ailleurs avec une explosion de la présence des mentions du populisme dans les quotidiens étudiés. En parallèle, la présence de ces deux derniers cadres dans les journaux scandinaves, finlandais et québécois pourrait porter à penser

qu'une construction, bien que minimale, de ce qu'est le populisme s'installe dans le champ médiatique à l'international. Bien sûr, davantage de recherches sont nécessaires pour confirmer cette hypothèse.

On constate malgré cela que des divergences demeurent entre la compréhension du populisme par les journalistes québécoises et québécois et leurs collègues de la Scandinavie et de la Finlande au regard de l'étude d'Herkman (2016). En effet, seuls les cadres du mouvement politique et nativiste sont présents sur les deux territoires d'études. Les cadres du nationalisme, de la rhétorique vide, et de la voix du peuple ne sont pas présents dans les écrits journalistiques évalués au Québec, même si dans les deux cas il s'agit d'échantillon lors de campagnes électorales (Herkman, 2016). Certaines raisons contextuelles peuvent expliquer, à tout le moins partiellement, la différence en ce qui a trait à l'absence du cadre du nationalisme. En effet, les associations entre populisme et nationalisme ne sont probablement pas naturelles aux yeux des journalistes du Québec en raison du mouvement indépendantiste présent depuis plus de 50 ans. Lorsque des politiciennes et politiciens parlent positivement de la nation québécoise, « de son histoire, de son langage et de sa culture » (Herkman, 2016, p. 152), nous postulons que les journalistes associent ces idées davantage à l'indépendantisme souvent confondu au nationalisme plutôt qu'au populisme. Par ailleurs, comme ces idées datent, dans l'espace public québécois, et que plusieurs associent probablement le populisme à un courant nouveau, ou qui a refait surface vu la croissance de son utilisation explicite dans les médias québécois à partir de

2016, une dissociation temporelle peut aussi expliquer cette différence. Toutefois, l'ajout du contenu de *Montreal Gazette* à l'échantillon aurait potentiellement pu faire apparaître ce cadre en raison de la relation distincte que les institutions anglophones ont avec le nationalisme québécois. En ce qui a trait aux cadres de la voix du peuple et de la rhétorique vide, aucune explication évidente ne permet de comprendre leur absence. Des entrevues avec des personnes œuvrant dans les rédactions de ces journaux permettraient de compléter le portrait de ce que les journalistes entendent lorsqu'ils utilisent explicitement les signifiants du populisme, en plus de permettre de mieux appréhender les différences évoquées.

En somme, l'intérêt de la compréhension de l'utilisation journalistique de la notion de populisme réside particulièrement dans le fait que les médias sont en soi des acteurs politiques. Ainsi, comme pour tous les phénomènes sociaux et particulièrement ceux qui sont politiques, il importe de développer la connaissance que nous avons sur le ou les sens que cedit phénomène a dans les médias. Ces derniers sont à la fois un miroir de la connaissance et des débats académiques sur le sujet, de la compréhension qu'en ont différentes actrices et acteurs qui accèdent à l'espace médiatique pour s'exprimer, et du sens que les médias eux-mêmes, à travers les journalistes, donnent à cette notion. Dans ce cas-ci, nous avons développé une compréhension de la construction de différents sens donnés au populisme – un phénomène qui semble attirer de plus en plus d'attention autant au Québec qu'ailleurs – lors de la campagne électorale québécoise de 2018 dans trois quotidiens. Toutefois,

comme on l'a déjà évoqué, davantage de recherche est nécessaire pour compléter le portrait du populisme dans les médias du Québec, en commençant par la vérification de la présence des mêmes cadres hors campagne électorale.

Liste de références

- Agence QMI. (2018, 18 septembre). Trudeau tient à la taxe carbone pancanadienne. *Le Journal de Montréal*, p. 15.
- Alvares, C., & Dahlgren, P. (2016). Populism, extremism and media: Mapping an uncertain terrain. *European Journal of Communication*, p. 46–57.
- Bale, T., van Kessel, S., & Taggart, P. (2011). Thrown around with abandon? Popular understandings of populism as conveyed by the print media: A UK case study. *Acta Political*, p. 111–131.
- Béland, G. (2018, 28 septembre). Des experts réfutent des propos de Legault sur les autoroutes. *La Presse+*, p. actualités 10-2.
- Blanchette, J. (2018, 31 août). Chronique - Petite fin du monde aoûtée, *Le Devoir*, p. B10.
- Boisvert, Y. (2018, 11 septembre). Analphabétisme constitutionnel. *La Presse+*, p. actualités 8.
- Bombardier, D. (2018, 4 septembre). Les partis politiques nous aiment. *Le Journal de Montréal*, p. 12.
- Brubaker, R. (2017). Why Populism? *Theory and Society*. Consulté à l'adresse <https://doi.org/10.1007/s11186-017-9301-7>
- Canovan, M. (1981). *Populism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Cardinal, F. (2018, 8 septembre). Le problème, c'est l'« autre ».... *La Presse+*, p. débats 2.
- Cornellier, M. (2018, 12 septembre). Doug Ford et la Charte, ou l'État, c'est moi. *Le Devoir*, p. A6.
- Desrosiers, E. (2018a, 25 septembre). La Grande Récession vue du Québec. *Le Devoir*, p. B4.
- Desrosiers, E. (2018b, 29 septembre). "Le Brexit va réussir": divorce à l'européenne. *Le Devoir*, p. D32.
- Giasson, T., Brin, C. & Sauvageau, M.-M. (2010). Le Bon, la Brute et le Raciste. Analyse de la couverture médiatique de l'opinion publique pendant la « crise » des accommodements raisonnables au Québec. *Canadian Journal of Political Science / Revue canadienne de science politique*, p. 379-406.
- Gingras, A.-M. (2006). *Médias et démocratie: le grand malentendu* (2e éd., rev. et augm.). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Gruda, A. (2018a, 1 septembre). L'Allemagne à la croisée des chemins. *La*

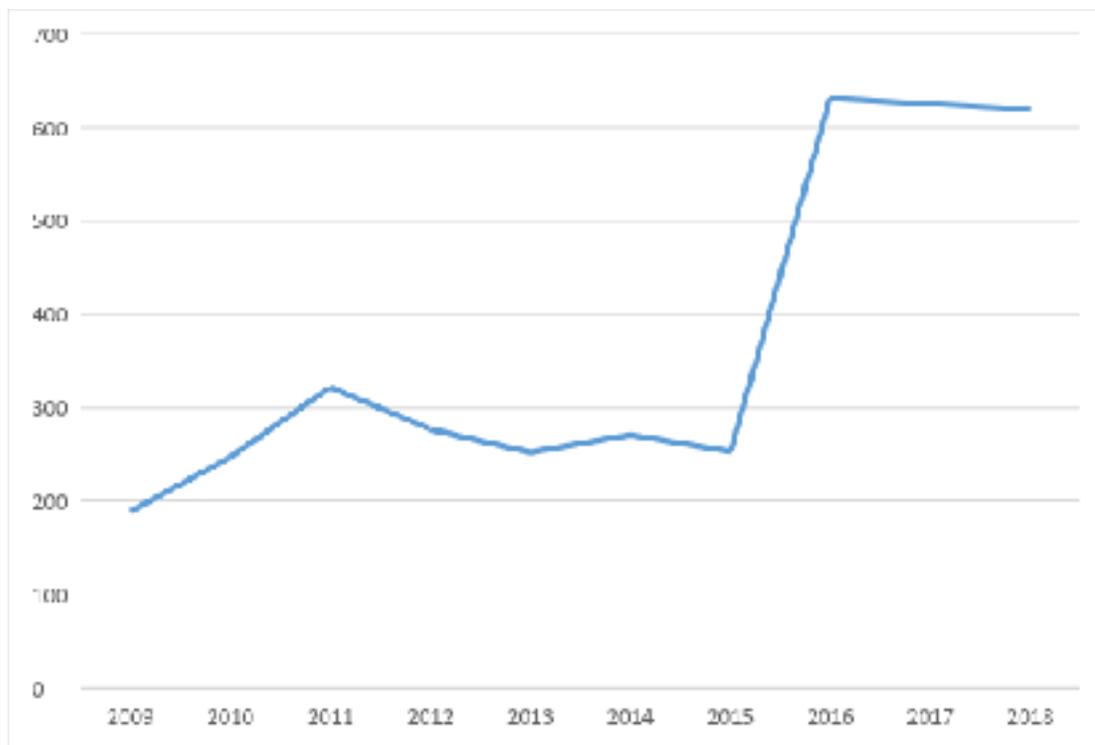
- Presse+*, p. actualités 21.
- Gruda, A. (2018b, 22 septembre). Un SOS pour sauver la démocratie. *La Presse+*, p. actualités 20.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press
- Herkman, J. P. (2016). Construction of Populism: Meanings Given to Populism in the Nordic Press. *Nordicom Review*, p. 147–161.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (2002^e éd.). New York: Pantheon Books.
- Kaltwasser, C. R., Taggart, P., Espejo, P. O., & Ostiguy, P. (2018). Populism: An Overview of the Concept and the State of the Art. Dans C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Éd.), *The Oxford Handbook of Populism* (p. 1–24). Consulté à l'adresse DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34
- Latendresse, R. (2018, 16 septembre). La varlope électorale. *Le Journal de Montréal*, p. 20.
- Lemariier-Saulnier, C. (2016). Cadrer les définitions du cadrage : une recension des approches du cadrage médiatique. *Canadian Journal of Communication*, 65-73.
- Manucci, L. (2018). Populism and the Media. Dans C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Éd.), *The Oxford Handbook of Populism* (p. 467–488). Consulté à l'adresse DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34
- Martineau, R. (2018, 27 septembre). La populiste en chef. *Le Journal de Montréal*, p. 6.
- Milasin, L. (2018, 1 octobre). La gauche italienne cherche un nouveau souffle. *Le Devoir*, p. B2.
- Mouffe, C. (2018). *For a Left Populism*. London: Verso.
- Mudde, C. (2018). Populism: An Ideational Approach. Dans C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Éd.), *The Oxford Handbook of Populism* (p. 27–47). Consulté à l'adresse DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34
- Müller, J.-W. (2016). *What Is Populism?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Nadeau, R., & Bastien, F. C. (2003). La Communication électorale. Dans A.-M.

- Gingras (Éd.), *La Communication politique: état des savoirs, enjeux et perspectives* (p. 159–188). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Ostiguy, P. (2018). Populism: A Socio-Cultural Approach. Dans C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Éd.), *The Oxford Handbook of Populism* (p. 73–97). Consulté à l'adresse DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34
- Reese, S. D. (2010). Finding Frames in a Web of Culture: The Case of the War on Terror. Dans P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Éd.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (p. 17–42). New York: Routledge.
- Rettino-Parazelli, K. (2018, 22 septembre). La cause environnementale n'est pas perdue, clame François Hollande. *Le Devoir*, p. B6.
- Riker, W. H. (1982). *Liberalism Against Populism: A Confrontation Between the Theory of Democracy and the Theory of Social Choice*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Rioux, C. (2018, 21 septembre). La provincialisation du monde. *Le Devoir*, p. A3.
- Rooduijn, M. (2014). The Mesmerising Message: The Diffusion of Populism in Public Debates in Western European Media. *Political Studies*, p. 726–744.
- Rosanvallon, P. (2011). Penser le populisme. *La vie des idées*. Consulté à l'adresse <http://www.laviedesidees.fr/Penser-le-populisme.html>
- Rydgren, J. (2006). *From Tax Populism to Ethnic Nationalism: Radical Right-Wing Populism in Sweden*. New York: Bergahn Books.
- Sormany, P. (2011). *Le métier de journaliste: Guide des outils et des pratiques du journalisme au Québec*. Montréal: Boréal.
- Spinoza, B. (2000). Part Three: On the Origin and Nature of Emotions. In *Ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Stanley, B. (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, p. 95–110.
- Stavrakakis, Y. (2017). Discourse Theory in Populism Research. *Journal of Language and Politics*, p. 523–354.
- Taguieff, P.-A. (2007). *L'illusion populiste: Essai sur les démagogies de l'âge démocratique*. Paris: Flammarion.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture

- Back In. *Journal of Communication*, p. 60-78.
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to Take Subjectivity Out of Framing Analysis. Dans P. D'Angelo & J. A. Kuypers (Éd.), *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (p. 84–109). New York: Routledge.
- Vastel, M. (2018, 15 septembre). Un Parti populaire pour les gens ordinaires. *Le Devoir*, p. A3.
- Villeneuve, C. (2018, 29 septembre). Les restants de rôti de porc. *Le Journal de Montréal*, p. 56.
- Weyland, K. (2018). Populism: A Political-Strategic Approach. Dans C. R. Kaltwasser, P. Taggart, P. O. Espejo, & P. Ostiguy (Éd.), *The Oxford Handbook of Populism* (p. 48–72). Consulté à l'adresse DOI: 10.1093/oxfordhb/9780198803560.013.34

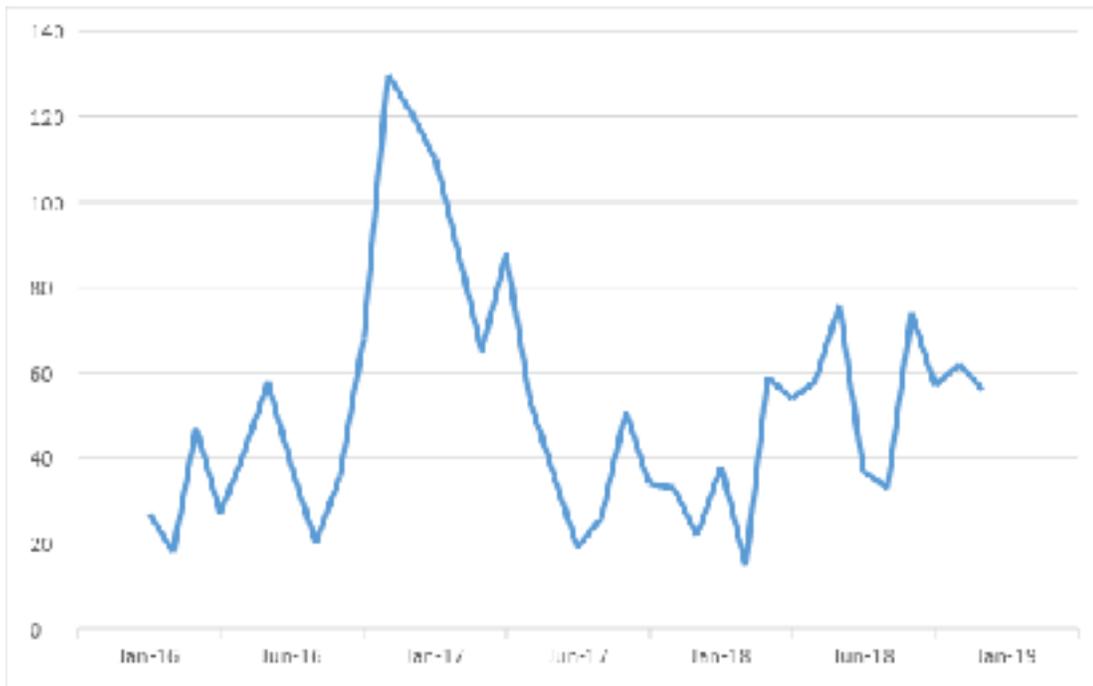
Annexe 1

Graphique 1. Occurrences annuelles contenant la mention de populis* sur Eureka.cc entre 2009 et 2018



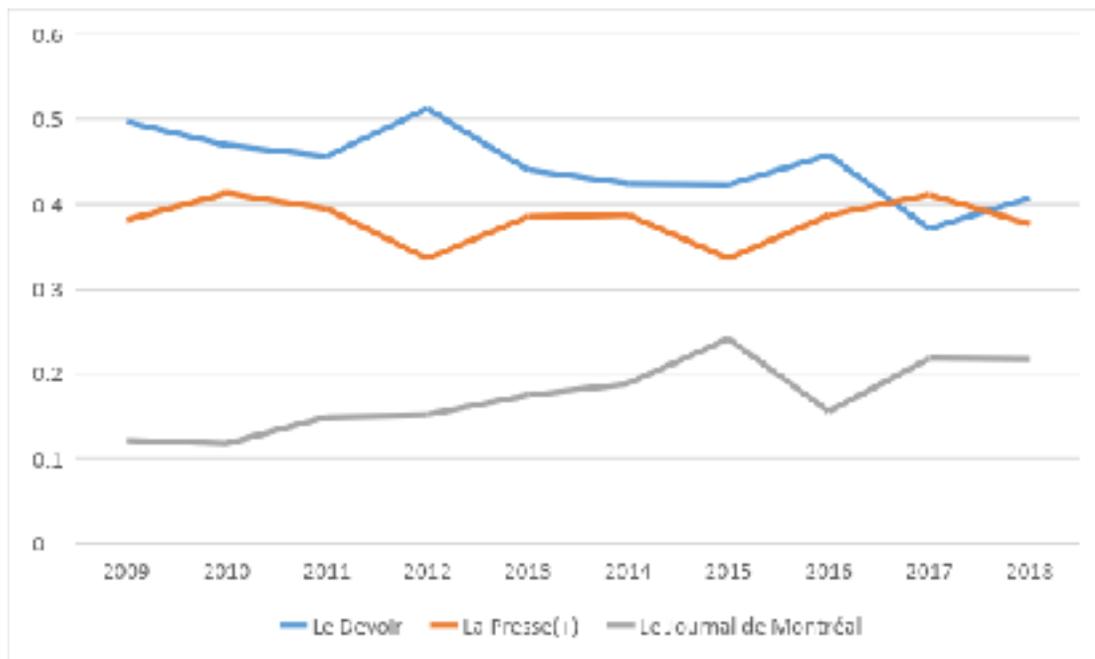
Annexe 2

Graphique 2. Occurrences mensuelles contenant la mention de populis* sur Eureka.cc entre janvier 2016 et décembre 2018



Annexe 3

Graphique 3. Part des occurrences annuelles contenant la mention de populis* sur Eureka.cc entre 2009 et 2018 par journal



Annexe 4

Tableau 1. Relation entre le nombre de mots par article et les quotidiens

	Le Devoir	La Presse+	Le Journal de Montréal
Nombre de mots moyen	796,79	884	571,91
Nombre de mots médian	754	942	503
Nombre d'articles	24	19	11
Nombre d'articles au-dessus de l'écart-type du nombre de mots moyen des trois journaux	3	3	0
Nombre d'articles sous l'écart- type du nombre de mots moyen des trois journaux	2	1	4