

EDITORIAL

Populismul – o tehnică de propagandă

(Populism – a propaganda technique)

Sorin BOCANCEA

Abstract: *Most of the difficulties regarding the definition of populism come from its portrait as an ideology. Even if it is an “ism”, populism is not an ideology, as it does not meet the specific requirements of such a phenomenon. Populism is a propaganda technique belonging to any and all ideologies, and in certain conditions (political crisis, economical crisis, ideology deficit) it has the tendency to become autonomous in relation to the political system. In these cases it extracts themes from all ideologies in order to coagulate the discontent of a volatile electorate towards an electoral success.*

Keywords: *Electorate, Ideology, People, Populism, Propaganda, Political System.*

Introducere

Ascensiunea mișcărilor populiste în Europa după criza economică și după cea a migrației a generat dezbatere ample și apariția unor studii menite să explice acest fenomen. Cei mai mulți dintre specialiștii care l-au analizat își încep demersurile prin a arăta dificultățile pe care le întâmpină în încercarea de definire a lui. Fiecare constată că populismul poate fi întâlnit pe ambele laturi ale eșichierului

politic, fiind dificil de încadrat conceptual.

Constat faptul că astfel de dificultăți au în primul rând cei care țin să prezinte populismul drept ideologie. În cele ce urmează, voi încerca o clarificare conceptuală, arătând că, în pofida derutantului fapt că este un „ism”, populismul nu este o ideologie, ci o tehnică de propagandă. Voi începe cu prezentarea categoriilor de definiții care s-au dat populismului și voi continua cu prezentarea originilor

acestui fenomen; apoi, voi preciza cu ce sensuri ale ideologiei și propagandei operez, după care voi prezenta câteva argumente în susținerea tezei potrivit căreia populismul este o tehnică de propagandă.

Definiții ale populismului

În studiul introductiv la volumul colectiv despre populismele din Europa și din cele două Americi pe care l-au coordonat, Cas Mudde și Cristóbal Rovira Kaltwasser¹ realizează o scurtă trecere în revistă a definițiilor date populismului, extrăgând din acestea trei sensuri: mișcare, stil politic și discurs.

Primul sens a fost impus de Seymour Martin Lipset², urmat de Gino Germani³, care îl definea ca mișcare multi-clasă, organizată în jurul unui lider carismatic. Mudde & Kaltwasser își exprimă anumite rezerve față de această definiție, arătând că mișcarea multi-clasă este specifică politicii de masă și că elementul comun adeptilor populismului este convingerea că elitele au corupt suveranitatea.

Al doilea sens prezintă populismul ca legătură între liderul politic și electorat „în jurul unui apel indeterminat și oportunist la popor”. Peter Mair⁴ îl definea ca pe „un mijloc de a lega un electorat nediferențiat și depolitizat de un sistem de guvernare neutru și non-partizan”. În acest sens, se poate observa cum liderii politici guvernează prin sondaje, nemaiținând cont de ideologiile

partidelor, ci propunând doar prezumtive reforme relevante pentru popor. Mudde & Kaltwasser critică și această concepție, arătând că este prea largă, curpinzându-i pe toți actorii politici⁵.

Al treilea sens, propus de Ernesto Laclau⁶, prezintă populismul în manieră marxistă, ca pe o confruntare cu sistemul hegemonic, ca pe o luptă între blocul puterii și „popor”. Această concepție ajunge până la a suprapune populismul politicii însăși.

La aceste trei sensuri, Mudde & Kaltwasser adaugă un al patrulea, propunând următoarea definiție: „o ideologie rarefiată, care consideră că societatea poate fi separată în două grupuri omogene și antagonice: „poporul vitruos” și „elita coruptă” și care argumentează că politica ar trebui să fie expresia voinței generale a poporului. [...] Mai precis, definim populismul ca o ideologie rarefiată, care are trei concepte fundamentale (poporul, elita și voința generală) și două noțiuni cărora se opune direct (elitismul și pluralismul)”⁷. Sintagma „ideologie rarefiată” le permite celor doi să explice faptul că populismul este atașat „altor ideologii, fie ele dense (liberalism, socialism) sau rarefiate (ecologism sau naționalism)”⁸.

Într-o lucrare mai veche⁹, Mudde definea populismul drept o „ideologie slabă care poate fi ușor combinată cu ideologii foarte diferite, care pot include comunismul, ecologia, naționalismul și socialismul”. Această definiție va fi preluată și în volumul pe care l-a coordonat cu Kaltwasser. Ca o primă observație, este surprin-

zător faptul că autorii integrează naționalismul în categoria ideologiilor „rarefiate”, pentru ca imediat să enumere naționalismul în rând cu socialismul. Or, dacă am accepta această distincție, „dens-rarefiat”, naționalismul s-ar plasa sigur în rândul ideologiilor dense.

Populismul este prezentat ca ideologie și în literatura politologică românească. Încadrându-l în rândul ideologiilor „particulare”, Daniel Șandru îl prezintă ca pe o *ideologie transdoctrinară și procesuală*, diferența față de celelalte ideologii constând „atât în combinarea unor elemente doctrinare care nu-i aparțin în chip original, cât și în faptul că se autoconstruiește ideologic chiar în timpul procesului de instituire ontologică a unei realități sociale pe care o opune stării actuale a unei societăți date”¹⁰. Și Mihaela Andreea Pădureanu¹¹ prezintă populismul ca pe o ideologie, enumerând o serie de trăsături și de conținut ideologic al acestuia, fără însă a propune o definiție. Trebuie să ne mulțumim doar cu „elementele constitutive” ale populismului pe care autoarea le prezintă: antielitismul, anti-establishment-ul și antiinstituționalismul.

Remarcând dificultățile întâmpinate în definirea populismului, Sergiu Gherghina și Sorina Soare îl prezintă drept „o familie politică complexă ce valorizează cu precădere instinctul și emoția în dauna spiritului rațional legal”¹². În trecut fie spus, majoritatea ideologiilor valorizează instinctul și emoția, această stare de lucruri fiind specifică propagandei ce face

posibilă orice ideologie. Voi reveni asupra acestei chestiuni.

În fine, trebuie menționat faptul că există studii despre ideologiile politice¹³ în care populismului nu i se acordă niciun loc. Consider justă această neîncadrare a populismului în rândul ideologiilor, poziție pe care o voi argumenta în studiul de față.

Apariția populismului

În *Enciclopedia Blackwell a gândirii politice*, Margaret Canovan prezintă populismul drept „termen cu o multitudine de sensuri, ce se pot grupa în două mari categorii: *populism agrarian* – un ansamblu de mișcări și doctrine socio-economice radicale preocupate de interesele țăranilor și ale micilor fermieri – și *populism politic* – un număr de atitudini, activități și tehnici bazate pe apelul la popor”¹⁴. Autoarea remarcă faptul că cele două categorii se întâlnesc în diverse sisteme politice. În această prezentare, ea ne trimite în primul rând la apariția populismului și apoi la formele pe care le-a îmbrăcat ulterior. Consider că putem să înțelegem acest fenomen analizând, chiar și sumar, condițiile apariției sale.

O analiză etimologică a cuvântului „populism” ar putea induce ideea că fenomenul pe care îl desemnează a apărut încă din antichitate, întrucât și romanii făceau recurs adesea la *populum* atunci când era nevoie de un spor de legitimitate a unor acte politice. Chiar mai înainte, grecii invocau *demos*-ul în același scop,

democrația însăși fiind înțeleasă ca formă de exercitare a puterii de către popor. Chantal Delsol¹⁵ asociază populismul cu „apărarea particularului” pe care și-o aroga demagogia din antichitatea greacă.

Astăzi, când se vorbește de populism, nu se mai coboară în istorie până la originile culturii europene, pentru că noțiunile prin care este definit acesta (mișcare, acțiune de comunicare sau ideologie) nu sunt operaționale înainte de Revoluția Franceză. În majoritatea manualelor și studiilor¹⁶ ce se preocupă de acest fenomen, originile populismului sunt considerate a fi narodnicismul rus și mișcarea fermierilor americani din statele vestice și sudice. Este evident faptul, că în ambele cazuri, a fost vorba de mișcări emancipatoare.

Apropiindu-ne puțin de narodnicism (Narodnicestvo), constatăm că acea mișcare de stânga, ce avea ca scop rezolvarea problemelor țăranilor din Rusia de la mijlocul secolului al XIX-lea, a dus la apariția partidelor *Zemlia i volia* (Pământ și libertate) și *Cionâi peredel* (Repartizarea neagră). Misiunea emancipatoare a acestora a făcut ca ele să fie înlocuite la începutul secolului XX cu un partid ce își arăta explicit apartenența ideologică: Partidul Socialist Revoluționar¹⁷. În pofida denumirii cu trimitere explicită la norod, la popor, narodnicismul nu este o ideologie de sine stătătoare sau alta decât socialismul. Narodnicismul nu este altceva decât socialismul dintr-o societate neindustrializată, fără proletariat. Așa cum arăta Nicolai Berdiaev¹⁸, el este un stadiu

al socialismului rus, plasat între socialismul utopic și cel științific sau marxist. Narodnicismul este expresia slavofiliei (deci, a antioccidentalismului), care solicita următoarea ordine: ortodoxie, popor, autocrație (țarul susținea altă ordine: autocrație, ortodoxie, popor), văzând în stat păcatul¹⁹. Narodnicii necredincioși, precum Herzen și Bakunin, voiau un socialism tipic rusesc, ce se opunea individualismului burghez, fiind convinși de faptul că Rusia va ajunge la un adevăr social direct, fără a experimenta „chinurile capitalismului”²⁰. Ei reprezintă tipul „nobilului care se căiește”²¹ din pricina unui păcat social. În evitarea capitalismului, narodnicii se vor întâlni cu revoluționarii, mai exact cu nihilisții, al căror reprezentant de seamă a fost Neceaeu (cel ce va ajunge să conducă partidul narodnicist chiar din închisoare). Astfel vor ajunge narodnicii să susțină ideea anarhistă a unui viitor lipsit de orice formă de guvernământ²². Și din acest motiv narodnicismul trebuie perceput în contextualitatea sa. Respingând deopotrivă establishmentul și valorile occidentale, narodnicii vedeau în *mujik* singurul păstrător al valorilor religioase și rusești²³. De aceea, narodnicismul poate fi revendicat și de către naționalismul rus, iar anticonstituționalismul i-a fost furnizat de nihilism. În consecință, narodnicismul nu este o altă ideologie decât socialismul și, așa completa eu, și decât naționalismul rus în faza lor incipientă.

Guy Hermet²⁴ remarcă absența unei necesare intenții ideologice a

populismului, arătând că apropierea populiștilor de „popor” nu s-a făcut dintr-o strategie sau din motive doctrinare, ci dintr-o pulsione morală, deoarece în condițiile ignorării de către guvernare a celei mai mari părți a populației Rusiei (analfabetă și pauperă), socialismul li se părea just. Hermet afirmă chiar că „populiștii ruși nu profesază deci o ideologie propriu-zisă și nu au intenția de a fabrica una. Ei nu au decât o singură regulă de comportament și o singură convingere: acțiunea cu și pentru popor, sacrificiul personal în slujba lui ca regulă de comportament sau normă de viață și convingerea că salvarea pământului rusesc nu se va ivi decât din rândul acestor țărani reduși la condiția de șerbi. Pentru ei, locuitorii satelor încarnează chintesența Rusiei prin numărul și, mai ales, prin autenticitatea lor”²⁵.

Consider că, în pofida faptului că narodnicii nu și-au propus să „profeseze” o ideologie, ei profesau chiar două: socialismul și, mai ales, naționalismul. Mujikul trebuia emancipat (așa cum socialismul susținea) pentru că el reprezenta identitatea Rusiei (așa cum naționalismul o cerea).

În opinia lui Guy Hermet, a căuta originea populismului în narodnicism înseamnă, de fapt, a urmări mai mult apariția cuvântului și mai puțin emergența fenomenului, care precede narodnicismului. El argumentează că „naționalismul și populismul se întretes într-adevăr în nașterea statului național și a regimurilor democratice ale căror debușeu îl constituie. De aceea, există uneori tendința să se

uite că modelul civic modern – republicanismul, în Franța – s-a ivit, la origine, dintr-un proces de socializare de stil național-populist”²⁶. În fond, nașterea cetățeniei moderne, ce a transformat populațiile în actor politic, a fost un proiect populist. Și pentru că includerea tuturor stărilor sociale în noul corp politic, numit „popor”, s-a realizat în pofida voinței elitelor politice de atunci, populismul a avut și o componentă antielitistă și antisistem, pe care o păstrează și astăzi (însă din alte motive). În fond, s-a glisat de la popor la națiune, proces produs și în Anglia secolului al XVIII-lea, când Camera Comunelor a stabilit că poporul este singur în drept să guverneze prin cei care vorbesc în numele lui, și în timpul Revoluției franceze, când mandatarii stării a treia au fost considerați „mandatarii cvasi-totalității țării” și, imediat, numiți „reprezentanții poporului francez”. „Poporul dispare în folosul națiunii, alegerea nefiind atât de inocentă căci adjectivul „național” nu mai desemnează, începând de acum încolo, altceva decât teritoriul privilegiate al suveranității, monopolizat de adunare”²⁷.

Populismul în varianta sa narodnicistă se va întâlni și în alte țări cu populație preponderent rurală. În China, Mao a pus în centru țărăniimea, pe care a etichetat-o „popor”, de la care toate celelalte categorii sociale erau obligate să învețe sau să reînvețe valorile de bază. Pornind de la această realitate, în glosarul de la finalul lucrării sale despre ideologii, Leon P. Baradat²⁸ definește popu-

lismul astfel: „convingerea că oamenii simpli sunt sufletul societății”, printre adepții acestei „idei romantice” enumerându-i pe Thomas Jefferson, narodnicii și Mao Tzedung.

Între populismul agrarian și cel politic există o diferență fundamentală: sensul emancipator și patosul identitar ale primului aparțin unor două mari ideologii, socialismul și naționalismul, populismului politic ulterior rămânându-i doar misiunea mobilizatoare a unui „popor” ce se adună în jurul diferitelor teme. Și aici trebuie făcută o distincție: temele în jurul cărora este „adunat” poporul sunt propuse atât de ideologiile moderne și contemporane (cum sunt libertatea, proprietatea, tradiția, lupta de clasă, lupta de rasă ș.a.), cât și de lideri politici oportuniști ce preferă să se desprindă temporar de ideologiile în care au crescut pentru a se concentra pe o temă de moment în scopul de a accede la putere.

Dacă privim spre „elementele constitutive”²⁹ (idealizarea poporului, statalismul, personalizarea conducerii, xenofobia, rasismul, valorizarea imaginii unei societăți organice, utilizarea intensivă a teoriilor conspiraționiste, afinitatea cu o religie, anti-elitism și anti-establishment) și spre „trăsăturile”³⁰ populismului (constituirea poporului, sacralizarea trecutului glorios, mântuirea neamului ș.a.), observăm cu nu există nici una care să nu se găsească în cel puțin una dintre ideologiile clasice. Populismul nu are temele sale, ci doar obiectivul de a aduna un popor pentru cel puțin o temă ce i se pare

relevantă unui lider politic la un moment dat.

În opinia mea, populismul se manifestă în cadrul fiecărei ideologii, însă înregistrează momente de autonomizare în anumite condiții politico-ideologice, atunci când se produce distanțarea temporară de o ideologie pentru a funcționa doar ca tehnică de propagandă. Faptul de a reuși să aduni la un moment dat un „popor” în jurul unei teme nu este suficient pentru a considera un astfel de demers drept o ideologie. Voi explica acest lucru după ce voi prezenta pe scurt cu ce sensuri ale ideologiei și ale propagandei operez.

Ideologia și propaganda

La sfârșitul secolului al XVIII-lea, Destutt de Tracy³¹ propunea, o „știință a ideilor” sau o analiză a formării senzațiilor și judecăților noastre sub numele de *ideologie*. În opinia lui, toate cunoștințele privitoare la originea judecății, vorbirii și dorinței ne ajută să găsim „principiile educației și legislației”³². Cunoașterea cauzelor judecăților noastre va face posibilă o guvernare fundamentată pe cunoaștere, ideologia fiind tocmai noua știință a guvernării. Numărându-se inițial printre susținătorii acestei noi concepții antimetafizice (bazată pe descoperirile biologiei), Napoleon îi va ataca ulterior, asociind în mod paradoxal eticheta *ideologi* altor etichete precum „metafizicieni”, „visători”, „teroriști” etc. De atunci, ideologia a căpătat un sens

peiorativ pe care îl vor exploata Marx³³, ce va susține că „în întreaga ideologie oamenii și relațiile dintre ei apar cu capul în jos, ca într-o camera obscura...”, și Engels³⁴, care va completa definiția, arătând că ideologia este „un proces realizat de gânditorul așa-zis conștient, într-adevăr, dar conștiința lui este una falsă”.

M-am ocupat de multitudinea de definiții date ideologiei de către autori de diverse orientări ideologice cu altă ocazie, iar din cele 15 sensuri identificate am extras următoarea definiție sintetică, pe trei niveluri:

1. „ideologia este un set coerent de teorii științifice și filosofice, credințe și expresii, asumate în proporție de masă, prin care indivizii și comunitățile își percep identitatea, raporturile lor cu lumea și raporturile de putere (ansamblul acestor obiectivări fiind efectul socializării și liantul oricărei comunități) pentru a acționa în vederea obținerii fericirii (orice nume ar purta aceasta: emancipare, bunăstare, confort etc.);

2. ideologia este un instrument de dominare politică (ce poate lua aspectul emancipării) a cărui utilizare poate lua mai multe forme: fie impunerea unui tip de raționalitate (cea tehnică) sau a unui univers simbolic ca fiind drept singurul valabil și dezirabil, fie conceperea unor măsuri de inginerie socială, fie explicarea și ordonarea faptelor ca desfășurare a unei idei;

3. ideologia este metodă de cunoaștere în științele sociale”³⁵.

Toate aceste trei niveluri sunt complementare.

În analiza populismului, propun să ne oprim asupra primului nivel, pentru a constata că acesta nu îndeplinește o condiție esențială pentru a fi o ideologie: nu este un set coerent de teorii care să propună o concepție despre lume și viață. Ideologiile propun o *Weltanschauung* și edifică un anumit tip uman, propun moduri de viață, având un puternic caracter formator. Ideologiile formează oameni cu anumite convingeri, create în timp, ele presupun un permanent efort de educație sau îndoctrinare. Populismul nu are o astfel de caracteristică.

Totuși, s-ar putea replica, populismul îndeplinește a doua condiție a ideologiei: asumarea unui mesaj în proporție de masă. Cu toate că nu este o ideologie, populismul adună „popoare” pentru diverse cauze prezentate drept căi spre fericire. Dar, trebuie spus că dacă fiecare dintre condițiile ideologiei sunt necesare, niciuna nu este și suficientă. Doar îndeplinirea lor simultană generează o ideologie. Cea de-a doua condiție a ideologiei ne trimite spre propagandă. Niciun set coerent de teorii științifice și filosofice, credințe și expresii nu poate deveni ideologie fără propagandă. Însă propaganda nu transmite întotdeauna un set coerent de teorii științifice și filosofice, credințe și expresii, ci urmărește, adesea, obiective punctuale. Apoi, nu este suficient pentru un discurs indicarea unui clivaj (elite-popor, de exemplu) pentru a fi o ideologie.

Relația dintre ideologie și propagandă este una de la scop la mijloc. Un set coerent de teorii științifice și

filosofice, credințe și expresii poate deveni ideologie doar datorită propagandei, însă propaganda nu servește întotdeauna formării sau întreținerii unei ideologii.

Pentru a clarifica cele afirmate, voi prezenta pe scurt ce este propaganda și care este relația acesteia cu ideologia. Cu altă ocazie³⁶, am arătat faptul că „dacă analizăm condițiile ce au dus la apariția ideologiei și a propagandei politice, observăm că ele sunt aceleași: Iluminismul cu toate procesele sale (alfabetizarea, apariția sistemelor naționale de școli, laicizarea vieții publice), revoluția industrială (care a dus la apariția marilor comunități urbane), apariția ziarului ieftin (ce a facilitat accesul în masă la informație) și introducerea sufragiului universal. Una dintre caracteristicile ideologiei este traducerea mesajelor științei și filosofiei în limbajul simplu al individului abia alfabetizat... Simplificarea mesajelor complexe, traducerea pe înțelesul tuturor este unul dintre principiile propagandei. Putem spune că propaganda este ideologia în acțiune”.

Jacques Ellul arăta faptul că „propaganda modernă trebuie să se adreseze în același timp atât individului, cât și masei. [...] Propaganda modernă este cea care îi atinge pe indivizii incluși în masă și în măsura în care sunt participanți într-o masă și, reciproc, care vizează o mulțime dar în măsura în care ea este compusă din indivizi”³⁷.

Un autor italian postbelic, Antonio Miotto³⁸, a legat propaganda direct de procesul de masificare, arătând că

este „o tehnică de presiune socială ce tinde să formeze grupuri psihologice sau sociale cu structură unificată și să omogenizeze stările afective și mentale ale indivizilor respectivi”. Ideea masificării este prezentă și în definiția lui Edward Bernays³⁹: „Propaganda modernă desemnează un efort coerent și de amploare pentru a suscita sau diminua evenimentele cu scopul de a influența raporturile marelui public cu o întreprindere, o idee sau un grup. [...] Trebuie reținut în primul rând că propaganda este universală și permanentă; apoi, în cele din urmă, că ea înregistrează opinia publică exact așa cum o armată înregistrează corpurile soldaților săi”.

La fel ca în cazul ideologiei, analizând multitudinea de formulări și sensuri propuse în literatura de specialitate, am extras următoarea definiție sintetică a propagandei: „tehnica de comunicare, decisă și susținută în mod sistematic de către o structură instituțională care, făcând apel la dimensiunea irațională a membrilor grupului prin manipularea simbolurilor relevante (definită de simplificare și repetare), urmărește declanșarea unor acțiuni ce au ca scop menținerea sau modificarea raporturilor de putere din respectivul grup sau dintre acesta și altele potrivit deciziei agentului, măsura eficienței sale fiind dată de atingerea acestui scop și nu de realizarea unui ideal moral”⁴⁰.

Așa cum am arătat mai sus, propaganda este ideologia în acțiune, dar asta nu înseamnă că orice demers

propagandistic servește scopului unei ideologii, chiar dacă mesajul este extras dintr-o ideologie. Cel mai bine se poate vedea acest lucru în cazul populismului, care nu este altceva decât o formă de propagandă, o tehnică de *captatio benevolentiae*, ce mizează pe adresarea directă către un auditoriu, pe care îl formează și îl crește chiar în actul comunicării, cu scopul accederii la putere a unui lider sau a unei formațiuni politice. Odată scopul atins, se produce o reintegrare ideologică a liderului în ideologia mamă și o diminuare a „poporului”, cauzată de abandonarea temei sau de rezolvarea chiar și parțială a problemei propusă ca temă. Voi detalia această idee în cele ce urmează.

Populismul este o tehnică de propagandă

Dificultatea pe care o întâmpină unii autori în definirea populismului este prezența lui în tot spectrul politic. Însă cu o asemenea fundătură se confruntă doar cei ce îl consideră ideologie și care, constatând că acesta nu se încadrează într-un loc anume pe eșichierul politic, preferă să îi adauge ideologiei diverse atribute: „densă”, „rarefiată”, „slabă”, „transdoctrinară” ș.a.. Or, populismul este doar o tehnică specifică ideologiei ca fenomen, fapt ce explică omniprezența sa.

De unde a venit considerarea populismului drept ideologie? Cred că asimilarea sa cu *narodnicismul* și cu mișcarea fermierilor a dus la

considerarea sa drept mișcare politică și, de aici, drept ideologie, așa cum am văzut în clasificarea definițiilor⁴¹. Or, am văzut că cele două mișcări politice au fost socialiste.

Populismul este o componentă necesară oricărei ideologii, însă iese în evidență până la niveluri îngrijorătoare în perioada crizelor ideologiilor, atunci când mesajele clasice se tocesc și rămâne doar componenta polemică. Și cum toate ideologiile au drept condiție esențială împărțirea de către mase a mesajelor proprii, atunci când aceste mesaje slăbesc rămâne doar intenția de a mobiliza masele pentru vot chiar împotriva grupărilor ce animate de ideologii. Însă mobilizarea nu se mai realizează cu mesajele clasice, specifice fiecărei ideologii, ci cu unele de moment. Oportunitățile găsite în sondajele de opinie, ce au în spate nevoi reale sau create, sunt cele ce furnizează „cauza” pentru care un lider va milita pentru scurt timp. Dacă un sondaj de opinie va arăta că o masă semnificativă va dori tăierea cozilor câinilor albi, acest lucru va deveni program electoral ce îl va putea propulsa pe lider la guvernare.

Populismul reduce fenomenul politico-ideologic (ce presupune formarea în timp a unui electorat cu anumite convingeri) dintr-o societate la simpla tehnică de cucerire a puterii prin oferirea unui răspuns la o nevoie imediată, pe care fie o identifică prin căi științifice, fie o intuiește, fie o creează prin campanii mediatiche. Ideologiile urmăresc crearea de convinși, emit mesaje care întrețin masele de militanți și de simpatizanți într-un

program de fericire pe termen lung, cu o inerție mare în raport cu valorile asumate. De aceea, ideologiile clasice au susținători chiar și în perioadele în care partidele ce se revendică de la ele înregistrează eșecuri în actul guvernării și în cel electoral. Ideologiile propun perspective; populismul, nu. Populismul nu este interesat nici de convingeri, nici de formarea unei mase pe termen lung, ci de mobilizarea unei mase pentru o temă, *hic et nunc*, pentru câștigarea alegerilor. De aceea, odată ajunși la guvernare, populiștii vor sfârși prin a reveni la mesajele și măsurile specifice ideologiilor clasice. În primul rând, sunt nevoiți să facă acest lucru pentru că este imposibil ceea ce susțin ei, adică guvernarea de către popor. „Plebiscitul cotidian” este posibil doar în varianta renaniană⁴², nicidecum în cea pe care o propun populiștii, ca formă de guvernare directă, ca democrație referendară.

Liderii populiști sunt oile rătăcite ale ideologiilor și trădătorii acestora. Ei trădează ideologia pentru a se propune pe ei înșiși sau, uneori, pentru a salva partidul incapabil să se mai țină de principiile ideologiei căreia aparțin. Istoria politică reține liberali, socialiști, conservatori, naționaliști, comuniști, fasciști, persoane care se formează și mor în aceeași ideologie, lăsând o moștenire politico-ideologică (indiferent cum este ea sub aspect moral), dar nu va reține populiști decât ca pe accidente, pentru că aceștia nu au consistență ideologică, fiind doar beneficiari ai unor oportunități istorice. După succesul sau eșecul lor în alegeri, aceștia fie

vor dispărea, fie își vor căuta adăpost în ideologiile din care au evadat pentru scurt timp, în culcușul simbolic al acestora, în care își vor găsi liniștea în așteptarea următoarei oportunități, a următoarei aventuri.

Populismul presupune inițial rușinea declarativă de ideologia mamă. După cum observă Margaret Canovan⁴³, „un politician poate fi numit populist dacă evită angajamentele ideologice și pretinde că vorbește nu în numele vreunei facțiuni sau clase, ci în numele întregului popor sau dacă aparține unui partid cu principii sumare și politici eclectice, “bun pentru toată lumea””. Succesul acestuia vine în măsura în care el se prezintă chiar împotriva ideologiei, operând reduționist cu sensul dat de Marx și Engels acesteia, ca lume răsurată și ca falsă conștiință. El se va prezenta ca un cetățean „critic” și necorupt de ideologia spre care în mod ritualic își aruncă săgețile. Însă așa cum Marx nu a scăpat de paradoxul în care îl împingea utopica ajungere în comunism, nici populismul nu scapă de paradoxul guvernării cu program anti-establishment.

Cât privește masa ce vibrează la mesajul populist, ea este „oaste de strânsură” ce se dezintegrează după consumarea actului electoral. Nu există populiști convingeri, fiindcă populismul și convingerea sunt termeni incompatibili.

Apare adesea întrebarea referitoare la succesul populismului: cum de pătrunde mesajul, cum de reușește să coaleză o masă ce poate atinge la un moment dat într-o societate un

procent de invidiat? Explicația e simplă. Fiind schemă de propagandă, populismul se adresează în primul rând indivizilor ușor de influențat, care îndeplinesc anumite condiții psiho-sociale pentru a se înregimenta rapid și necritic: excluși social, înclinați spre extremism sau anarhism, analfabeți politic (oameni care, în mod obișnuit, nu participă la alegeri). De regulă, este vorba de indivizi cu un nivel scăzut de educație. S-a putut vedea în studiile realizate cu prilejul unor evenimente precum *Grexit*-ul și *Brexit*-ul care este profilul celor ce au vibrat la mesajele populiste, vorbindu-se de partea „tăcută” și de cea „profundă” a societăților respective. La fel, s-a putut vedea și în România profilul celor care au votat un partid precum Partidul Poporului – Dan Diaconescu⁴⁴. Sunt indivizi pe care elitele politice, expuse unor procese de osificare și depolitizare specifice perioadelor de prosperitate și echilibru politic, îi pierd pe drum sunt cei ce ajung să susțină proiectele populiste. Pe aceștia un mesaj populist îi ia în seamă, îi face să se simtă importanți, îi recuperează. Dar, pentru a ajunge la „inima” lor, populismul va trebui să li se adreseze cu numele pe care toate ideologiile li-l dau: poporul.

Nicio ideologie nu ignoră „poporul” sau „voința generală”, întrucât toate își asumă misiunea de a aduce fericirea tuturor, chiar dacă pentru fiecare dintre acestea „poporul” are înțelesuri specifice. Nicio ideologie nu contrazice faptul că scopul politicii este fericirea tuturor și că

„voința generală” este determinantă în viața politică și în conceperea politicilor publice. De „voința generală a poporului” este nevoie pentru a vota atât politici de stânga, cât și de dreapta. Și aici populismul se dovedește a fi însăși calea prin care ideologiile adună indivizii în masă. În studiul final al volumului pe care l-au coordonat, Mudde & Kaltwasser constată că „în societățile relativ bogate și egalitare (precum cele din Austria, Belgia, Canada, Republica Cehă și Slovacia, descrise în acest volum) actorii populiști tind să definească „poporul” în termeni etnici, și, prin urmare, păstrează noțiunea de participare politică pentru populația nativă. Prin contrast, în societățile relativ sărace (precum cele din Mexic, Peru și Venezuela) forțele populiste definesc, de regulă, „poporul” ca defavorizat din punct de vedere socio-economic și, prin urmare, caută să promoveze incluziunea unor grupuri mari care sunt, subiectiv și obiectiv, excluse din societate”⁴⁵. Este evident faptul că populismul nu propune ceva nou, ci utilizează termenul „popor” strict pentru a mobiliza: în societățile nu doar bogate, ci și modernizate după modelul herderian (așa cum sunt cele din Europa Centrală), termenul este folosit în sensul impus de naționalism; în cele modernizate în paradigma socialistă, el este folosit în sensul în care socialismul îl propune. Populiștii nu au inventat nimic, ci utilizează acest concept cu sensul care își dovedește maxima eficiență într-o anumită societate, cu sensul la care vibrează

cât mai mulți votanți. Ei iau acest concept de-a gata și îl utilizează pentru activarea unui electorat care să voteze o cauză ce poate aparține, teoretic, ideologiilor politice.

Există, totuși, un element specific populismului în utilizarea „poporului”. Dacă ideologiile clasice îl plasează în jocul politic, populismul îl extrage, îl cheamă în afara jocului politic, cu pretenția că îl salvează de la o farsă (de fapt, farsa abia atunci începe). Motivul acestui gest, prin care populismul este *antiestablishment*, ține strict de marketingul electoral: nevoia de prezenta o soluție ca fiind nouă în comparație cu cele propuse de *establishment*, a căror ineficiență este atacată. Iar elementul de noutate este promisiunea că soluția vine direct de la popor. Întrebarea este: care popor?

Dacă „poporul” sau electoratul ideologiilor clasice este unul stabil, format în timp și convins de principiile ideologiilor și de justetea jocului democratic, „poporul” sau electoratul populist este unul volatil, de conjunctură și care îmbrățișează ideea că mecanismele democratice sunt o farsă. Așa cum remarcă Mudde & Kaltwasser, democrația liberală consideră poporul ca o *forță constituită*, formată prin tradiție, care se cristalizează în constituția ce stabilește condițiile exercitării puterii politice; populismul consideră poporul drept *forță constituantă*, adică principalul actor al (re)creării și actualizării normelor exercitării puterii⁴⁶. De aici antidemocratismul populismului.

Faptul că populismul este o simplă tehnică de propagandă și nu o

ideologie pe care să se poată fundamenta o guvernare este dovedit de paradoxul pe care îl conține. Nevoia de a se propune ca alternativă la *establishment* îl determină pe liderul populist să acuze în mod constant clasa politică cu scopul de a da satisfacție celor care uită că el însuși este politician, că face parte din clasa politică ce a produs gravele probleme pe care el le acuză și pentru care și el poate fi acuzat la fel de bine. Însă paradoxul iese și mai tare în evidență atunci când acest lider obține succesul electoral. Cum poți governa cu un program *antiestablishment*? O scurtă privire asupra țărilor în care liderii populați au avut sorți de izbândă ne arată că aceștia fie au revenit la ideologiile din care s-au ivit, aplicând politici specifice acestora, fie au dat bir cu fugiții, cum a procedat Nigel Farage după *Brexit*. Acestea sunt singurele căi de ieșire din paradox. Populismul rezistă doar ca schemă de propagandă; depășirea acestui statut îl desființează.

Chiar dacă un lider populist ajuns la guvernare se va întoarce cuminte în matca sa ideologică, el va menține mesajul populist și între tururile de scrutin, explicația acestui fapt fiind una simplă: marketingul politic dictează acest comportament. În act nu este atât o cauză pe care o ideologie îi cere poporului să o susțină, cât nevoia liderului de a atrage atenția, de a rămâne pe piață și de a arăta la nivel discursiv că nu-și trădează votanții. În fapt, o parte dintre votanții pe care măsurile luate i-au satisfăcut nu vor mai fi *anti-establishment*, iar partea nesatisfăcută va rămâne în așteptarea

unui nou sezon *anti-establishment*: fie va căuta un alt lider, fie rămâne în așteptarea ca vechiul idol să se rupă iar din ghearele *establishment*-ului.

Ascensiunea populismului este un simptom al crizei ideologiilor clasice. În opinia mea, singurul lucru bun al populismului este forțarea partidelor din ideologiile cărora el se înfruptă de a se relansa, pentru că se simt amenințate. Populismul dislocă electoratele tuturor partidelor, dar mai ales ale celor cărora le parazitează ideologia. Recunoaștem în populism o „muncă a negativului” în realitatea politică a unei comunități. Dacă în afaceri totul se reduce la bani, în politică totul se reduce la voturi. Pentru a înțelege uneori resorturile unei crime, avem la îndemână îndemnul *follow the money*; pentru a înțelege resorturile populismului, trebuie să urmăm îndemnul *follow the votes*.

Rupând din voturile partidelor ce își asumă anumite ideologii, populismul le trezește din somnolența stabilității lor pe piața politică și le obligă să-și aducă aminte de obligațiile pe care le au față de societate. El poate fi o modalitate de refacere a legăturii dintre elită și corpul politic pe care aceasta îl reprezintă. Populismul este insesizabil atunci când poartă mesajul unei ideologii consacrate, dar deranjează atunci când nu poartă un astfel de mesaj, ci scoate în evidență doar clivajul și atacă *establishment*ul și elitele. Temele pentru care populismul creează și recrează „poporul” sunt simptome ale unor crize și indică scăpările sau eșecurile din politicile publice ale *establish-*

ment-ului. Populismul scoate din adormire partidele împingându-le spre reideologizare și poate împinge societatea spre repolitizare. El acuză elitele că nu-și mai îndeplinesc misiunea și le arată partidelor din *establishment* că electoratele lor pot fi coagulate într-un alt „popor” care să le conteste.

Este ușor de remarcat panica în care intră liderii partidelor politice din *establishment* la apariția unui lider populist. Eroarea pe care o întâlnim cel mai des la aceștia este combaterea mesajului populist cu alte mesaje populiste. Se intră într-o spirală a populismului, în care liderii politici îmbracă temporar haina discursivă a celui pe care îl combat pentru a-și salva propriul „popor”, „cu populismul pre populism călcând”. Se mizează pe succese de moment, ignorându-se faptul că populismul poate fi combătut doar prin inițierea unor campanii de comunicare în care să se relanseze mesajele ideologiilor clasice. Însă, un astfel de demers este unul de durată, așa cum vindecarea unui organism necesită mai mult timp decât infestarea lui. Populismul este un virus al democrației care, ca orice virus, pune în alertă întregul organism. Rezultatul acestei stări de alarmă față de „extremismul democratic”⁴⁷ depinde de robustețea organismului, de capacitatea lui de a lupta cu boala, numită în literatura de specialitate „consolidare democratică”.

Concluzii

Toate ideologiile politice invocă „voința generală” sau „poporul”, pentru că aceasta este o condiție necesară a existenței lor. În pofida faptului că mobilizarea maselor îi crează o aură de ideologie, populismul este doar o tehnică de mobilizare a „poporului” sub umbrela unei ideologii de către un lider politic, chiar dacă el anunță din start neafilierea sa ideologică. Populismul este o tehnică de propagandă definitorie oricărei ideologii și care, în anumite condiții politico-ideologice (criză politică, criză economică, deficit de ideologie), are tendința de a se autonomiza în raport cu sistemul politic, cazuri în care extrage teme din toate ideologiile pentru a coagula nemulțumirile unui electorat volatil în vederea unui succes electoral.

Succesul populismului depinde de condițiile politice ale fiecărei țări și mai ales de nivelul consolidării democratice. Iar această consolidare îi vizează deopotrivă pe guvernanți și pe guvernați. Sunt cazuri în care populismul a adus la guvernare lideri care chiar au rezolvat anumite probleme sociale, însă prețul pentru aceste politici publice este unul uriaș și constă în întreținerea ideii că un act propagandistic poate înlocui o guvernare democratică. Neîncrederea în mecanismul democratic a unei

părți a populației este fenomenul grav pe care îl întreține discursul populist. Însă faptul că o parte a populației se mobilizează în jurul unor promisiuni adesea aberante și fantasmagorice nu trebuie să atragă învinuri asupra acestor păcăliți, ci asupra liderilor politici. Populismul scoate adesea în piața publică nemulțumiri ignorate de către politicienii care au impresia la un moment dat că mecanismul democratic funcționează fără a mai depune un efort politic. Tehnicizarea guvernării, depolitizarea ei deschide calea populismului.

La fel cum deținerea de mijloace tehnice de către cât mai mulți indivizi din societățile democratice face posibilă crearea de rețele de informații alternative la presa clasică, acuzată adesea de jocuri politice, în mod similar se pot constitui „popoare” pe rețelele de interacțiune socială, grupuri care să afirme „noi suntem poporul”, propunând tot felul de măsuri antidemocratice. Și cum spațiul politic nu rămâne niciodată gol, vor apărea și liderii acestora, moment din care situația se va complica. Este o perioadă în care liderii politici democratici trebuie să coboare în agora și să repolitizeze viața cetății. Pentru că, altminteri, o tehnică de propagandă îi va izgoni din locul în care mecanismele democratice clasice îi făceau să se creadă veșnici.

Note

- ¹ Cas Mudde, Cristóbal Rovira Kaltwasser, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, în Cas Mudde, Cristóbal Rovira Kaltwasser (ed.), *Populismul în Europa și în cele două Americi*, Editura Institutul European, Iași, 2015, p. 18.
- ² Seymour Martin Lipset, *Political Man. The Social Bases of Politics*, Garden City: Doubleday, 1960.
- ³ Gino Germani, *Authoritarianism, Fascism and National Populism*, New Brunswick: Transaction, 1978.
- ⁴ Peter Mair, „Populist Democracy vs Party Democracy”, în Y. Mény, Y. Surel (eds.), *Democracies and the Challenge*, Basingstoke: Palgrave, 2002, p. 84, apud Mudde & Kaltwasser, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, *ed. cit.*, p. 22.
- ⁵ Mudde & Kaltwasser, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, *ed. cit.*, p. 23.
- ⁶ Ernesto Laclau, *Politics and Ideology in Marxist Theory*, New Left Books, Londra, 1977.
- ⁷ Mudde & Kaltwasser, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, *ed. cit.*, p. 27.
- ⁸ *Idem.*
- ⁹ Cas Mudde, „The Populist Zeitgeist”, *Government and Opposition*, vol. 39, nr. 4, 2004, p. 544, apud Sergiu Gherghina, Sergiu Mișcoiu, Sorina Soare, *Populismul contemporan*, Editura Institutul European, Iași, 2012, p. 13.
- ¹⁰ Daniel Șandru, „Componente ideologice ale populismului”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, *ed. cit.*, p. 73.
- ¹¹ Mihaela-Adriana Pădureanu, „Populismul”, în Mihaela Miroiu (coord.), *Ideologii politice actuale. Semnificații, evoluții și impact*, Editura Polirom, Iași, 2012, p. 327.
- ¹² Sergiu Gherghina, Sorina Soare, „Populismul – concept sofisticat și realități politice diverse”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, *ed. cit.*, p. 15.
- ¹³ Robert Eccleshall, Vincent Geoghegan, Richard Jay, Rick Wilford, *Political ideologies: an introduction*, Unwin Hyman, London, 1984; Andrew Heywood, *Political ideologies: an introduction*, 3rd ed., Palgrave Macmillian, New York, 2003; Matthew Festenstein, Michael Kenny, *Political ideologies. A Reader and Guide*, Oxford University Press, 2005 *et all.*
- ¹⁴ Margaret Canovan, „Populism”, în David Miller (coord.), *Enciclopedia Blackwell a gândirii politice*, Editura Humanitas, București, 2000, p. 579.
- ¹⁵ Chantal Delsol, „„Idiotul comun” al populismului”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, Editura Institutul European, Iași, 2012, pp. 45-71.
- ¹⁶ Guy Hermet, *Sociologia populismului*, Editura Artemis, București, 2007; Mudde & Kaltwasser, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, *ed. cit.*; Mihaela Miroiu (coord.), *Ideologii politice actuale...*, *ed. cit.*, *et all.*
- ¹⁷ Mihaela-Adriana Pădureanu, *op. cit.*, pp. 324-325.
- ¹⁸ Nicolai Berdiaev, *Originile și sensul comunismului rus*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1994, p. 55.
- ¹⁹ *Ibidem*, p. 51.
- ²⁰ *Ibidem*, p. 58.
- ²¹ *Ibidem*, p. 84.
- ²² *Ibidem*, p. 90.
- ²³ *Ibidem*, p. 53.
- ²⁴ Guy Hermet, *op. cit.*, pp. 145-146.

- ²⁵ *Ibidem*, p. 146.
- ²⁶ *Ibidem*, p. 129.
- ²⁷ *Ibidem*, p. 135.
- ²⁸ Leon P. Baradat, *Ideologiile politice. Origini și impact*, Editura Polirom, Iași, 2012, p. 319.
- ²⁹ Gherghina & Soare, *op. cit.*, pp.10-11.
- ³⁰ Sergiu Mișcoiu, „De la populism la neopopulism. Câteva repere empirice pentru o delimitare conceptuală”, în Sergiu & Mișcoiu & Soare, *op. cit.*, p. 27.
- ³¹ Destutt de Tracy, „Mémoire sur la faculté de penser; De la métaphysique de Kant”, în *Mémoires de l'Institut national des sciences et arts*, 2 floréal an 4, *Sciences morales et politiques*, 1798, pp 283-451.
- ³² Destutt de Tracy, *Idéologie proprement dite*, Troisième édition, De L'Imprimerie M-me V-e Courcier, Paris, 1817, pp. xiv-xv.
- ³³ Karl Marx & Friedrich Engels, *Ideologia germană*, Editura de stat pentru literatură politică, București, 1956, p. 22.
- ³⁴ Karl Marx & Frederich Engels „Selected Correspondence” Progress, Moscova, 1965, p. 459, *apud* David McLellan, *Ideologia*, Editura DU Style, București, 1998, p. 41.
- ³⁵ Sorin Bocancea, „Culture and Ideology. Differences and Similarities”, în *Syposion*, Tom VIII, 1 (15) 2010, pp. 221-223.
- ³⁶ Sorin Bocancea, „Propaganda. The ideology in action”, în *European Journal of Science and Theology*, October 2013, vol. 9, nr. 5, pp. 162-163.
- ³⁷ Jacques Ellul, *Propagandes*, Éditions Economica, Paris, 2008, p. 18.
- ³⁸ Antonio Miotto, „Folla e propaganda” în *Psicologia e vita contemporanea*, 1952, p. 32, *apud*. Jacques Ellul, *op. cit.*, p. 8.
- ³⁹ Edward Bernays, *Propaganda – comment manipuler l'opinion en démocratie*, traducere în limba engleză Oristelle Bonis, Édition La Decouverte, Paris, 2007, p. 43.
- ⁴⁰ Sorin Bocancea, *Propaganda....*, ed. cit., p. 159.
- ⁴¹ La cei enumerați, se pot adăuga și Ghiță Ionescu și Ernest Gellner, *Populism. Its Meaning and National Characteristics*, Weidenfeld & Nicolson, Londra, 1969.
- ⁴² Ernest Renan, *Qu est-ce qu'une Nation?*, Pierre Bordas et fils, Paris, 1991, p. 51.
- ⁴³ Margaret Canovan, *op. cit.*, p. 580.
- ⁴⁴ Cf. *Bucureștenii care au votat cu PP-DD au cel mult 10 clase – sondaj IRES*, <http://www.ziare.com/alegeri/rezultat-e-alegeri-locale-2012/bucurestenii-care-au-votat-cu-pp-dd-au-cel-mult-10-clase-sondaj-ires-1172836>, accesat la 21.11.2017.
- ⁴⁵ Mudde & Kaltwasser, „Populismul: remediu și amenințare pentru democrație”, ed cit., pp. 331-332.
- ⁴⁶ *Ibidem*, p. 334.
- ⁴⁷ *Ibidem*, p. 333.

Bibliografie

BARADAT, Leon P., *Ideologiile politice. Origini și impact*, Editura Polirom, Iași, 2012.

BERDIAEV, Nicolai, *Originile și sensul comunismului rus*, Editura Dacia, Cluj Napoca, 1994.

- BERNAYS, Edward, *Propaganda – comment manipuler l'opinion en democratie*, traduit de l'anglais par Oristelle Bonis, Édition La Decouverte, Paris, 2007.
- BOCANCEA, Sorin, „Culture and Ideology. Differences and Similarities”, în *Syposion*, Tom VIII, 1 (15) 2010.
- BOCANCEA, Sorin, „Propaganda. The ideology in action”, în *European Journal of Science and Theology*, October 2013, vol. 9, no 5.
- CANOVAN, Margaret Canovan, „Populism”, în David Miller (coord.), *Enciclopedia Blackwell a gândirii politice*, Editura Humanitas, București, 2000.
- DELSOL, Chantal, „„Idiotul comun” al populismului”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, ed. cit.
- ECCLESHALL, Robert; Vincent Geoghegan; Richard Jay; Rick Wilford, *Political ideologies: an introduction*, Unwin Hyman, Londra, 1984.
- ELLUL, Jacques, *Propagandes*, Éditions Economica, Paris, 2008.
- FESTENSTEIN, Matthew; Michael Kenny, *Political ideologies. A Reader and Guide*, Oxford University Press, 2005.
- GERMANI, Gino, *Authoritarianism, Fascism and National Populism*, New Brunswick: Transaction, 1978.
- GHERGHINA, Sergiu; Sergiu Mișcoiu; Sorina Soare, *Populismul contemporan*, Editura Institutul European, Iași, 2012.
- GHERGHINA, Sergiu; Sorina Soare, „Populismul – concept sofisticat și realități politice diverse”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, ed. cit.
- HERMET, Guy, *Sociologia populismului*, Editura Artemis, București, 2007.
- HEYWOOD, Andrew, *Political ideologies: an introduction*, 3rd ed., Palgrave Macmillian, New York, 2003.
- IONESCU, Ghiță și Ernest Gellner, *Populism. Its Meaning and National Characteristics*, Weidenfeld & Nicolson, Londra, 1969.
- LACLAU, Ernesto, *Politics and Ideology in Marxist Theory*, New Left Books, Londra, 1977.
- McLELLAN, David, *Ideologia*, Editura DU Style, București, 1998.
- LIPSET, Seymour Martin, *Political Man. The Social Bases of Politics*, Garden City: Doubleday, 1960.
- MAIR, Peter, „Populist Democracy vs Party Democracy”, în Y. Mény, Y. Surel (eds.), *Democracies and the Challenge*, Basingstoke: Palgrave, 2002.
- MARX, Karl & Friedrich Engels, *Ideologia germană*, Editura de stat pentru literatură politică, București, 1956.
- MARX, Karl & Frederich Engels „Selected Correspondence” Progress, Moscova, 1965.
- MIOTTO, Antonio, „Folla e propaganda”, în *Psicologia e vita contemporanea*, 1952.
- MIȘCOIU, Sergiu, „De la populism la neopopulism. Câteva repere empirice pentru o delimitare conceptuală”, în Sergiu & Mișcoiu & Soare, *op. cit.*
- MUDDE, Cas, „The Populist Zeitgeist”, *Government and Opposition*, vol. 39, nr. 4, 2004.
- MUDDE, Cas; Cristóbal Rovira KALTWASSER, „Populismul și democrația (liberală): un cadru de analiză”, în Cas Mudde, Cristóbal Rovira Kaltwasser (ed.), *Populismul în Europa și în cele două Americi*, Editura Institutul European, Iași, 2015.
- MUDDE, Cas; Cristóbal Rovira KALTWASSER, „Populismul: remediu și amenințare pentru democrație”, ed. cit.
- PĂDUREANU, Mihaela-Adriana, „Populismul”, în Mihaela Miroiu

- (coord.), *Ideologii politice actuale. Semnificații, evoluții și impact*, Editura Polirom, Iași, 2012.
- RENAN, Ernest, *Qu'est-ce qu'une Nation?*, Pierre Bordas et fils, Paris, 1991.
- ȘANDRU, Daniel, „Componente ideologice ale populismului”, în Gherghina & Mișcoiu & Soare (coord.), *Populismul contemporan*, ed. cit..
- TRASY DE, Destutt, *Idéologie* proprement dite, Troisième édition, De L'Imprimerie M-me V-e Courcier, Paris, 1817.
- TRACY DE, Destutt, „Mémoire sur la faculté de penser; De la métaphysique de Kant”, în *Mémoires de l'Institut national des sciences et arts*, 2 floréal an 4, *Sciences morales et politiques*, 1798.