

LES ELECTIONS MUNICIPALES DE VIENNE 2010 : analyse d'un discours médiatique et politique

Delphine CHOFFAT, Elisabeth KARGL
Université de Nantes
Delphine.choffat@univ-nantes.fr ; Elisabeth.kargl@univ-nantes.fr

Résumé : L'article porte sur le discours politique du FPÖ, parti populiste de droite autrichien et de son leader, HC Strache, durant la campagne électorale à Vienne en 2010. Nous analysons l'arrière-plan historique de la campagne ainsi que les stratégies rhétoriques et les scénarios argumentatifs de ce discours.

Abstract : This article deals with the political discourse of the rightwing populist Austrian Freedom Party (FPÖ) and his leader HC Strache during the election campaign in Vienna 2010. We analyze the historical background of this campaign and the rhetorical strategies and argument patterns of this discourse.

Mots-clés : FPÖ, histoire autrichienne après la Seconde Guerre mondiale, analyse critique du discours, populisme de droite.

Keywords : FPÖ, Austrian history after World War II, critical discourse analysis, rightwing populism.

0. INTRODUCTION

Lors des élections municipales de Vienne en octobre 2010, le FPÖ se hisse au rang de second parti. Pour la première fois dans son histoire, le SPÖ perd la majorité absolue de cette ville, qui est aussi un *Land*. Au final, le SPÖ obtient 44,34 % des voix, le ÖVP 13,99 %, le FPÖ 25,77 % et les Verts 12,64 %. Le KPÖ et le BZÖ, ainsi que d'autres petites formations, ne dépassent pas 1,5 % des voix. Le SPÖ réunit donc 49 sièges et confirme à nouveau Michael Häupl dans sa fonction de maire. Maria Vassilakou du parti des Verts devient sa première adjointe (*Vizebürgermeisterin*). Le FPÖ, quant à lui, obtient en tout 27 sièges au parlement local.

Ce parti, qui peut être qualifié de parti populiste de droite, n'est pas une exception dans le paysage politique européen et il peut être rapproché du Front National en France, de la Lega Nord en Italie, du parti des Vrais Finlandais ou encore du Vlaams Blok en Belgique, même si son histoire reste une spécificité autrichienne. Nous entendons l'expression « parti populiste¹ » au sens d'Anton Pelinka, c'est-à-dire comme un parti qui prétend défendre les

¹ Patrick Charaudeau remarque à juste titre l'ambiguïté liée à l'usage de cette étiquette souvent employée pour qualifier un discours dont la rhétorique est « simpliste et essentialisante » et qui vise à éveiller la peur et ainsi, discréditer le discours de l'adversaire politique, tandis que d'autres revendiquent au contraire cette dénomination

intérêts du peuple, présenté comme une entité homogène, face aux élites. A cette représentation verticale du « nous en bas, vous en haut » (*wir da unten, ihr da oben*) s'ajoute dans le cas d'un parti populiste de droite une démarcation horizontale reposant sur un discours exclusif du type « nous dedans – vous dehors » (*wir da drinnen – ihr da draußen*) qui vise à renforcer la cohésion du sentiment national². Une forte polarisation sous-tend donc le discours populiste³.

Durant la campagne pour les élections régionales de Vienne, le FPÖ a mené une campagne particulièrement radicale, en usant de multiples stratégies « publicitaires ». Interpellées par cette radicalisation certaine du discours et par ce succès électoral, nous aimerions regarder de plus près les stratégies employées par le FPÖ. L'analyse critique du discours nous en fournit les outils.

Dans un premier temps, nous présenterons l'ancrage théorique et méthodologique de notre approche, puis nous nous attacherons au contexte de la campagne. Nous retracerons ainsi l'histoire du FPÖ et présenterons quelques campagnes représentatives menées par ce parti. Dans un second temps, nous mettrons en lumière les mécanismes qui sous-tendent le discours du FPÖ.

1. Fondements théoriques et méthodologiques : l'analyse critique du discours

L'appellation « analyse critique du discours » recouvre plusieurs courants : dans le cadre de cette analyse, nous nous plaçons dans le sillon creusé par l'Ecole de Vienne autour de Ruth Wodak.

L'analyse critique du discours a pour objectif d'étudier dans une perspective pluridisciplinaire les discours en contexte. La notion de contexte est envisagée comme une entité composée de plusieurs strates (sociale, politique, historique, etc.), fournissant chacune des éléments nécessaires à l'interprétation des séquences textuelles. Cette approche, de nature intégrative, se situe aux niveaux macro- et microtextuels.

L'adjectif « critique » implique également une posture de recherche « engagée », sans qu'elle soit pour autant politique.

Nous avons choisi cette approche pour plusieurs motifs : tout d'abord, en raison de notre objet d'étude. Les travaux de l'Ecole de Vienne portent en grande partie sur des thématiques identiques (liens entre nation, identité et exclusion, rapport complexe de l'Autriche à son passé) et Ruth Wodak a ainsi consacré plusieurs articles à l'analyse du discours de Jörg

pour légitimer leur entreprise. L'absence d'homogénéité sur les plans idéologique (populisme de droite, populisme de gauche) et connotatif rend nécessaire un questionnement sur la particularité du discours populiste au sein du discours politique en général. (CHARAUDEAU, 2011).

² *Der Rechtspopulismus ergänzt den (antielitären) vertikalen Affekt des allgemeinen Populismus durch einen (xenophoben) horizontalen Affekt.* (PELINKA, Anton, 2002). (« Le populisme de droite complète l'affect vertical (anti-élitiste) du populisme commun par un affect horizontal (xénophobe) ». (*Nous traduisons*).

³ La dimension d'exclusion est une caractéristique du populisme de droite, celui de gauche se caractérisant au contraire par son désir d'inclure les couches défavorisées de la société par une meilleure répartition des ressources. (PRIESTER, Karin, 2012).

Haider⁴. Par ailleurs, l'outillage méthodologique⁵ développé par l'Ecole de Vienne permet de mettre au jour les mécanismes sur lesquels repose le discours exclusif du FPÖ (et notamment les stratégies discursives d'auto-représentation et d'hétéro-représentation) et de déconstruire les moyens d'expression d'une rhétorique xénophobe; ceux-ci se situent sur un continuum du plus ou moins codé, ressortissant ainsi pour une grande part à l'implicite.

Par ailleurs, la perspective d'analyse multimodale nous permettra de rendre compte de l'argumentation visuelle largement employée par le FPÖ.

2. Contextualisation des productions

2.1. Le contexte historique

En 1949 est créé le VDU (*Verband der Unabhängigen*) qui milite entre autres pour la réintégration d'anciens nazis dans la société. Six ans plus tard, le FP (*Freiheitspartei*) voit le jour et en 1956, VDU et FP s'allient pour fonder finalement le FPÖ (*Freiheitliche Partei Österreichs*). Par l'électorat visé – petits commerçants, agriculteurs, population rurale – ce parti devient rapidement une concurrence pour l'ÖVP, parti conservateur et catholique. Le SPÖ d'alors soutient le FPÖ, entre autres pour affaiblir son concurrent, l'ÖVP, bien que le FPÖ constitue très clairement un réservoir d'anciens nationaux-socialistes. Son premier chef de file, Anton Reinthaller était un ancien nazi gradé, tout comme son successeur Friedrich Peter, officier de la Waffen-SS. Peter maintient tout d'abord l'orientation à droite du parti, puis opte finalement pour un renforcement de l'aile libérale dans l'optique de faire entrer son parti dans le gouvernement fédéral.

Peter, massivement attaqué par Simon Wiesenthal à cause de son passé nazi, mais soutenu par le socialiste Bruno Kreisky (« l'affaire Peter »⁶) renonce finalement à la présidence du parti.

En 1980, Norbert Steger se hisse à la tête du FPÖ et poursuit l'orientation libérale du parti en laissant de côté l'électorat des « anciens », tout comme celui dit de « protestation ». Steger réussit ainsi à faire entrer le FPÖ au gouvernement dans le cadre d'une coalition avec le SPÖ. L'affaire « Frischenschlager-Reder »⁷ de 1985 ébranle cette coalition et un « putsch » interne à Innsbruck en 1986 promeut le jeune Jörg Haider, soutenu par l'aile droite du parti, à la tête du FPÖ.

⁴ Cf. <http://www.ling.lancs.ac.uk/profiles/eprints/265/13/> (page consultée le 24/05/2012) pour la bibliographie.

⁵ Nous reprenons et adaptons ainsi les différentes étapes d'analyse distinguées par Ruth Wodak pour étudier le positionnement discursif de Jörg Haider durant la campagne pour les élections régionales à Vienne en 2001. Elles impliquent une étude historique de l'antisémitisme en Autriche, une analyse sociocognitive de la mémoire collective, une analyse sociopolitique de la campagne électorale, celles des genres discursifs en politique et de leur fonction, la prise en compte de la situation de communication, l'environnement textuel des énoncés et enfin l'analyse pragmatique des séquences textuelles de façon à mettre au jour les mécanismes de l'implicite. (cf. WODAK, 2009)

⁶ RATHKOLB, Oliver, « Die Kreisky-Ära 1970-1983 », in : Rolf Steininger, Michael Gehler (Ed.), *Österreich im 20. Jahrhundert*, Wien, Böhlau Verlag, 1997, pp. 305-355, voir pp. 306sq.

⁷ GEHLER, Michael, « Die Affäre Waldheim : Eine Fallstudie zum Umgang mit der NS-Vergangenheit in den späten Achtziger Jahren », in : Rolf Steininger, Michael Gehler (Ed.), *Österreich im 20. Jahrhundert*, Wien, Böhlau Verlag, 1997, pp. 355-414, voir pp. 355sq.

L'ascension du FPÖ sous Haider

En 1986, lors des élections législatives, le FPÖ double presque le résultat des précédentes élections (de 5 à 9,7 %). Entre 1987 et 1999, une « grande coalition » entre l'ÖVP et le SPÖ se met en place. Cela, tout comme l'affaire Waldheim⁸, constitue un cadre parfait pour la politique de contestation de Jörg Haider⁹. Très rapidement, le FPÖ développe diverses stratégies pour conquérir l'électorat parmi les couches sociales les plus basses en favorisant un vote émotionnel et anti-intellectuel. Des thèmes populistes sont mis en avant, notamment celui de la « lutte » des « petites gens » travaillant dur et payant trop d'impôts contre les bureaucrates privilégiés « d'en haut ». D'emblée, ces thèmes renvoient aux éléments discursifs extrémistes et souvent aussi antisémites. Cette stratégie s'avère payante : aux législatives de 1990, le FPÖ atteint 16,6% des voix. En 1991, Jörg Haider loue ouvertement la politique d'emploi du « Troisième Reich » et doit démissionner du gouvernement régional de Carinthie. En revanche, lors des élections municipales de Vienne de la même année, le FPÖ affiche le slogan *Wien den Wienern* (« Vienne aux Viennois ») et parvient à atteindre la deuxième position derrière le SPÖ.

Cependant, le référendum de « préférence nationale » de 1993, appelé *Österreich zuerst* (« l'Autriche d'abord ») et initié par le FPÖ, est suivi de vagues de protestations. Certains membres du FPÖ, entre autres Heide Schmidt, quittent le parti et fondent un nouveau parti libéral, le LIF (*Das Liberale Forum*). Cela ne nuit pour autant pas à l'ascension du FPÖ car lors des législatives de 1994, le parti dépasse pour la première fois la barre des 20 % en comptabilisant 22,5 % des voix. Le slogan le plus marquant de ces élections est simple : *Wählt wie IHR denkt. Einfach ehrlich. Einfach Jörg.* (« Votez comme VOUS le pensez. Simplement honnête. Simplement Jörg »). Se met alors ouvertement en place un patriotisme autrichien agressif qui souligne l'orientation xénophobe et anti-UE du parti. Lors des législatives de 1999, le FPÖ enregistre 26,9 % des voix – jamais encore un parti de droite (extrême) n'avait atteint un score identique en Europe.

Grâce entre autres aux stratégies publicitaires et de marketing, la politique du FPÖ se transforme désormais en *event*. Jörg Haider, le *showmaster*, joue sur un changement de rôles permanent : tantôt homme d'affaires sérieux, puis catholique convaincu se présentant en costume traditionnel, puis yuppie et sportif bronzé – s'adaptant jusque dans sa prononciation au public visé.

En 1999, le FPÖ affichait entre autres les slogans : *Zwei echte Österreicher* (« Deux vrais Autrichiens ») ou bien *STOP der Überfremdung ! Gerade jetzt FPÖ/ÖSTERREICH zuerst !* (« Stop à l'immigration. Maintenant le FPÖ / l'Autriche d'abord »). Il s'agit sans conteste de la campagne électorale la plus xénophobe et la plus radicale dans l'histoire du FPÖ. Nous pouvons constater certains parallèles avec la campagne électorale menée par le FPÖ à Vienne en 2010.

⁸ Ibid.

⁹ Voir aussi : NARODOSLAWSKY, Benedikt, *Blausp rech. Wie die FPÖ ihre Wähler fängt*, Graz, Leykam, 2010 et SCHARSACH, Hans-Henning, *Haiders Kampf*, München, Heyne Verlag, 1992.

La césure : le gouvernement « noir –bleu »

Suite à ces élections et après de longues tergiversations, Wolfgang Schüssel (dont le parti, l'ÖVP, n'avait pourtant récolté que 26,9 % des suffrages derrière le SPÖ avec 33,15 %) devient chancelier et forme une coalition avec le FPÖ, sans que Jörg Haider ne soit intégré dans l'équipe ministérielle. S'ensuivent des protestations importantes en Autriche et ailleurs. L'Union Européenne souhaite des « sanctions » et envoie « trois sages » en Autriche. Sans fondement juridique, ces sanctions sont finalement levées en septembre 2000, même si des sanctions tacites perdurent. La participation au gouvernement fédéral s'avère finalement désastreuse pour le FPÖ. L'équipe ministérielle est sans cesse renouvelée, le FPÖ essuie des échecs aux différentes élections locales et Jörg Haider, qui ne fait pas partie du gouvernement, se permet de critiquer ouvertement les ministres issus de son parti.

La scission du FPÖ

En 2002, Haider et plusieurs membres dirigeants du FPÖ complotent contre les membres du gouvernement et notamment contre la vice-chancière, Susanne Riess-Passer. Celle-ci, ainsi que Peter Westenthaler et Karl-Heinz Grasser démissionnent. Wolfgang Schüssel est contraint de dissoudre la coalition et en appelle à de nouvelles élections législatives lors desquelles le FPÖ perd 17% des voix. Schüssel forme cependant à nouveau un gouvernement avec ce parti, qui réussit à garder trois ministères. L'opposition au sein du FPÖ contre Jörg Haider, notamment de la part de Heinz-Christian Strache, représentant de l'aile droite du parti, devient de plus en plus virulente, ce qui conduit en 2005 à la scission du parti : Jörg Haider fonde le BZÖ (*Bündnis Zukunft Österreich*), tandis que Strache prend la tête du FPÖ.

Par la suite, le BZÖ se maintient seulement en Carinthie, fief de Jörg Haider. Le FPÖ, en revanche, continue sa progression. Jörg Haider meurt lors d'un accident de voiture en 2008. Après une glorification certaine, des révélations sur la gestion désastreuse et quasi mafieuse de la Carinthie sous l'égide de Haider et ses successeurs ébranlent le pays¹⁰.

Le FPÖ de Strache

Avant de devenir président du FPÖ en 2005, Heinz-Christian Strache avait déjà dirigé une des plus importantes sections régionales du parti, celle de Vienne¹¹. Il poursuit en quelque sorte la politique menée par Haider, du moins dans sa dimension événementielle. Alors que Haider a privilégié une orientation clairement populiste et a laissé progressivement de côté l'électorat des « anciens » de ses débuts, Strache est en lien étroit avec la scène néo-nazie¹². Bien évidemment, il nie ce fait ou le minimise publiquement. Le FPÖ de Strache reprend les mêmes thèmes populistes que le FPÖ d'antan, tout en mettant en scène une xénophobie ouverte dont les campagnes électorales – et surtout celle de 2010 – sont la meilleure preuve.

Selon le politologue Anton Pelinka, cette double orientation est visible au sein de l'électorat du FPÖ qui, au fil des ans, n'est plus issu essentiellement de la petite-bourgeoisie, souvent

¹⁰http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/diebilanz/1274142/Bilanz_Kaernten-erlebt-sein-blaues-Wirtschaftswunder (consulté le 02/09/2012).

¹¹http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/602685/HeinzChristian-Strache_Aufstieg-eines-Aussenseiters?from=simarchiv (consulté le 02/09/2012).

¹² HORACZEK, Nina, REITERER, Claudia, *HC Strache*, Wien, Ueberreuter, 2009, p. 27 sq.

rurale, mais est constitué massivement d'ouvriers, majoritairement masculins et de plus en plus jeunes¹³.

2.2. Contexte discursif

Afin de mieux situer la campagne du FPÖ pour les élections régionales de 2010 dans le champ politique autrichien et d'avoir un indice de comparaison, nous présentons dans un premier temps quelques campagnes « remarquables » du FPÖ (notamment lors des élections parlementaires de 2006 et des élections européennes de 2009) ainsi que celles de l'autre parti d'extrême droite autrichien, le BZÖ.

D'une manière générale, Ruth Wodak souligne le caractère particulièrement explicite de la xénophobie véhiculée par les partis d'extrême droite en Autriche, comparé à d'autres pays européens comme la Grande-Bretagne, tout en notant une évolution en crescendo du traitement des thématiques liées aux étrangers au cours des campagnes du FPÖ¹⁴.

Ce dernier a notamment recours aux slogans rimés pour véhiculer son message. On peut ainsi en citer deux qui ont été largement commentés dans la presse : *Daham statt Islam*¹⁵, pour les élections parlementaires de 2006 et *Abendland in Christenhand*¹⁶ (« l'Occident entre les mains des chrétiens ») pour les élections européennes de 2009. Le FPÖ a d'ailleurs affirmé vouloir se distancier du slogan *Daham statt Islam* pour la campagne de 2010 afin d'utiliser des thèmes « positifs », mais ce dernier est réintroduit par la bande¹⁷. Ce discours xénophobe radical est également affiché par le BZÖ, qui a fait campagne avec le slogan *Wir säubern Graz*¹⁸ (« Nous nettoignons Graz ») lors des élections à la municipalité de Graz en janvier 2009, censé faire écho au « fils de Graz » Arnold Schwarzenegger et à la déclaration qu'il avait faite peu après avoir officialisé sa candidature au poste de gouverneur de Californie *I will go to Sacramento and clean house*¹⁹. L'affiche du BZÖ a été analysée en détail par Ruth Wodak²⁰, qui met bien entendu l'accent sur la parenté entre l'image du nettoyage et l'extermination des Juifs par les nazis.

Cette radicalisation ne se limite pas uniquement aux partis d'extrême droite : ainsi, le slogan *Reden wir über Bildung. Am besten auf Deutsch* (« Parlons d'éducation. De préférence en allemand ») affiché durant la campagne par le parti de la droite autrichienne, l'ÖVP, témoigne lui aussi d'une certaine normalisation des arguments du FPÖ qui avait, quant à lui, fait campagne avec la formule suivante *Deutsch statt nix verstehen* (« Parler allemand et non moi

¹³ PELINKA, Anton, 2002.

¹⁴ <http://derstandard.at/1277338930760/derStandardat-Interview-Rassismus-ist-keine-Sache-der-Ungebildeten> (consulté le 02/09/2012).

¹⁵ Ce slogan en dialecte autrichien peut être traduit de façon paraphrasée « **Che** nous, plutôt que l'islam » ou « Chez nous, L'islam dehors. » (<http://www.arte.tv/fr/1972216,CmC=2250286.html>). (consulté le 2/09/2012).

¹⁶ « L'Occident entre les mains des chrétiens » (*Nous traduisons*). <http://www.n-tv.de/politik/dossier/Rechte-Parolen-dominieren-article311269.html> (consulté le 02/09/2012).

¹⁷ <http://derstandard.at/1271377103333/Daham-statt-Islam-wird-es-nicht-mehr-geben>. (consulté le 02/09/2012)
Le slogan apparaît sur le panneau d'une échoppe dans la bande dessinée *Sagen aus Wien*, sur laquelle nous reviendrons.

¹⁸ http://www.krone.at/Steiermark/Firma_klagt_wegen_Wir_saeubern_Graz-Slogan-Kaercher_klagt_BZOe-Story-89864/index.html (consulté le 02/09/2012).

¹⁹ <http://www.sfgate.com/politics/article/Schwarzenegger-No-quid-pro-quo-for-donors-2468330.php>. (consulté le 02/09/2012).

²⁰ <http://derstandard.at/1277338930760/derStandardat-Interview-Rassismus-ist-keine-Sache-der-Ungebildeten> (consulté le 02/09/2012).

pas comprendre ») pour les élections régionales de Vienne en 2006²¹.

3. Présentation de quelques stratégies du FPÖ

Les stratégies électorales mises en place par le FPÖ se caractérisent par leur aspect protéiforme et englobant : on note ainsi le recours à des genres discursifs variés, maintenant cependant entre eux une cohérence interne, notamment par un système d'échos intertextuels, y compris d'une campagne électorale à l'autre.

3.1. Des outils de persuasion non-conventionnels

Les différents genres discursifs utilisés témoignent d'un certain éclectisme. Des formes plus anciennes comme les slogans rimés coexistent avec des bandes dessinées et des chansons de rap²² au titre éloquent (*HC Strache goes Wiener Blut*) téléchargeables sur internet, produisant ainsi un mélange d'archaïsme et de « modernité » conforme à la double orientation du parti, qui se veut garant d'une certaine tradition, tout en souhaitant s'ouvrir à d'autres pans de l'électorat. On note tout d'abord l'utilisation massive d'internet avec, outre la page personnelle de HC Strache et son site sur facebook, celle d'un podcast²³ et la présence de plusieurs morceaux de rap sur youtube notamment *Österreichzuerst* (« l'Autriche d'abord »), dont le nom reprend le titre du référendum initié par Jörg Haider en 1993. Ces différentes plateformes mettent largement en scène la personne d'HC Strache, qui n'hésite d'ailleurs pas à faire la tournée des boîtes de nuit pour s'adresser à son électorat²⁴.

En exploitant tous ces moyens de communication, Strache se place dans la lignée de Jörg Haider et maintient l'image « moderne » du FPÖ²⁵ puisque toutes ces stratégies restent relativement peu exploitées par les autres partis.

Tous ces moyens ont une visée claire : il s'agit de séduire les jeunes électeurs, cible privilégiée censée être peu politisée. Il faut rappeler que, depuis 2009, le droit de vote a été abaissé à 16 ans en Autriche. Le succès du FPÖ auprès des jeunes reste cependant plutôt limité en comparaison de la débauche de moyens mis en œuvre pour remporter leur adhésion. En effet, si le parti arrive en tête pour les élections législatives anticipées de 2008 auprès des

²¹ Cet ajustement aux idées du FPÖ a été critiqué dans le Standard : <http://derstandard.at/1280984386141/Isolierung-statt-Integration>. (consulté le 2 septembre 2012).

La journaliste Lisa Aigner reproche ainsi à l'ÖVP de « surfer sur la vague xénophobe » (*auf die Anti-Ausländerwelle aufspringen*) et de « copier » (*abkupfern*) les idées du FPÖ, mais aussi de manquer les véritables questions posées par l'intégration des étrangers. De nombreuses voix se sont élevées pour rappeler au contraire qu'il était nécessaire de promouvoir la langue maternelle des jeunes issus de l'immigration. (cf. entre autres : <http://diepresse.com/home/meinung/gastkommentar/604208/Reden-wir-ueber-Bildung-Am-besten-auf-Deutsch> ; http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/wz_integration/gesellschaft/225047_Mehrsprachigkeit-erwuenscht.html ; consulté le 02/09/2012).

²² Les autres partis, notamment le SPÖ avec *Ich bin Wien* (« Je suis Vienne »), chanson destinée aux jeunes migrants, lui emboîtent le pas et recourent également au rap comme vecteur de message politique.

²³ <http://www.youtube.com/user/HCPodcast#p/f/14/cgTaOwTen5s>. (consulté le 02/09/2012).

²⁴ http://diepresse.com/home/politik/wienwahl/595556/Strache-rappt-im-Praterdome_HC-goes-Wiener-Blut?from=suche.extern.google.at (consulté le 02/09/2012).

²⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=y5otYCSH-FU> (consulté le 02/09/2012).

moins des trente ans, il n'a séduit « qu' » 1 jeune sur 5 (20% des voix dans la catégorie des 16 à 20 ans, qui ont voté à 46% pour le SPÖ et 21% pour les Verts) en 2010²⁶.

3.2. Importance de l'argumentation visuelle

L'argumentaire développé par le FPÖ prend largement appui sur des supports visuels en tous genres : clips, affiches ou encore bandes dessinées visant notamment à mettre en scène HC Strache comme un chef charismatique « cool », moderne et décomplexé, sans renier pour autant l'héritage du passé.

3.2.1. Construction d'une image de « super héros »

Le fort recours aux supports visuels participe de la mise en scène de l'ethos de Strache, c'est-à-dire de l'« image de soi que le locuteur construit dans son discours pour exercer une influence sur son allocutaire²⁷ ».

Les affiches électorales du FPÖ, sur lesquelles HC Strache apparaît généralement en gros plan, exploitent toutes les facettes de la « photogénie électorale²⁸ » : à l'instar de Jörg Haider, il se présente comme un homme politique, partenaire, père et fils parfaits, l'homme donnant à voir une posture, une morphologie, et pas uniquement un programme.

Une autre stratégie d'auto-mise en scène repose sur le recours à la figure du héros de BD²⁹. Dans la bande dessinée *Der blaue Planet*, dont le titre joue sur la double allusion à la planète Terre certes, mais aussi à la couleur du parti, HC Strache apparaît sous les traits de Stra-Che³⁰, héros décontracté qui arbore sur son T-Shirt bleu le drapeau autrichien et dont la mission consiste en la défense de la liberté contre une « Union européenne centrale³¹ ».

La BD, publiée à l'occasion des élections européennes de 2009, est un récit d'anticipation qui présente une image apocalyptique d'une Vienne aux mains des étrangers, en proie à des guerres entre les différentes communautés et sous la coupe d'une Union Européenne dont le seul souci est de s'enrichir sur le dos du peuple de ses Etats-membres. Ce « scénario dramatisant³² » est présenté comme la conséquence inéluctable d'un élargissement de l'Union Européenne à la Turquie et Israël auquel seraient favorables le SPÖ, l'ÖVP et les Verts. Les trois moments (peinture de la société dans une situation désastreuse tout d'abord, puis identification de la source du mal et enfin, présentation de la solution, ou plutôt de la figure

²⁶ http://www.lemonde.fr/europe/article/2010/10/12/chef-de-l-extreme-droite-autrichienne-heinz-christian-strache-seduit-un-jeune-sur-cinq_1424284_3214.html (consulté le 02/09/2012).

²⁷ AMOSSY, Ruth, 2002.

²⁸ Barthes Roland, 1957, p.180.

²⁹ Le procédé n'est pas nouveau, il est cependant rare que les politiques eux-mêmes en prennent ouvertement l'initiative. Dans le cas présent, le SPÖ a protesté en publiant lui aussi une bande dessinée *Mr.X*, dans laquelle Michael Häupl, le maire de Vienne, combat un androïde avec les traits de Strache. (http://diepresse.com/home/politik/aussenpolitik/744112/Von-HC-Stra-Che-bis-Sarkozix-Politiker-als-ComicHelden?gal=744112&index=1&direct=&_vl_backlink=&popup=). (consulté le 02/09/2012).

³⁰ Le détournement du Che Guevara, présent dans le jeu de mots sur le nom de famille de Strache, est encore plus visible sur le T-Shirt promotionnel en vente sur le site du FPÖ.

³¹ *HC's Kampf für Freiheit gegen eine zentrale UE*.

³² CHARAUDEAU, 2011.

salvatrice – ici Strache assisté par Ängie (*sic*), mi-elfe, mi *Wonderwoman*) de ce scénario, composante classique des discours populistes, sont mis en scène et le sens du message est univoque: « Il faut agir avant qu'il ne soit trop tard ».

La bande-dessinée *Sagen aus Wien* (« Légendes de Vienne »), distribuée dans le cadre de la campagne pour les élections régionales de 2010, rassemble quant à elle une série de fictions reposant sur la réécriture et la réinterprétation par le FPÖ de célèbres légendes et mythes viennois. Strache y apparaît sous les traits d'un Superman moderne en jean et baskets, et dont le sweat-shirt bleu est orné sur la manche gauche du blason de Vienne. Les différents costumes garantissent eux aussi une cohérence chromatique et symbolique. Strache combat cette fois aux côtés du prince Eugène de Savoie, célébré comme le héros de la résistance contre les Ottomans lors du second siège de Vienne en 1683.

A travers ces deux figures de héros, Strache se donne à voir comme un homme politique « cool », dépourvu de complexes et se moquant du politiquement correct.

Tout cela participe de la mise en place d'une posture protestataire typique des orateurs populistes qui tentent de tourner à leur avantage leur place dans l'opposition politique. Strache met d'ailleurs en avant la liberté artistique liée à la conception des bandes dessinées car elle permet selon lui un certain affranchissement des règles traditionnelles du jeu politique.

3.2.2. Les bandes dessinées comme supports d'un « racisme visuel³³ »

Les bandes dessinées, qui sont essentiellement publiées pour les jeunes électeurs et comportent une visée didactique parfois explicite³⁴, jouent un rôle à part entière dans l'argumentaire du FPÖ car elles permettent de servir l'idéologie raciste en apportant en quelque sorte la preuve – amplifiée et déformée – par l'image.

Ainsi, une vignette de *Der Blaue Planet* représente en arrière-plan la Cathédrale Saint-Etienne dont les tours sont surmontées du croissant musulman, ressemblant ainsi davantage à des minarets. Au premier plan s'accumulent des inscriptions de couleurs très vives censées mimer les enseignes lumineuses de restaurants – tous étrangers bien sûr et dont les noms ne sont guère subtils (*shass*, *sheysse pub*). La surcharge visuelle sert ici la composante pathétique du discours : il s'agit de renforcer les craintes liées à l'immigration en suggérant d'une part l'omniprésence des étrangers et d'autre part, en mettant l'accent sur la menace qu'ils constituent puisque, dans la bande dessinée, Vienne se trouve au cœur d'un conflit entre les différentes communautés. L'inscription *kosher*, ainsi qu'un mot écrit en alphabet hébreu contribuent par ailleurs à véhiculer un antisémitisme latent.

La bande dessinée *Sagen aus Wien* a fait l'objet de nombreuses protestations, notamment à cause d'une vignette sur laquelle on voit un garçon blond exhorté par le super-héros HC Strache à user de son lance-pierre contre une personne appelée « Mustafa », qui n'est pas représentée sur la bande dessinée, mais dont on peut supposer qu'il s'agit d'un enfant. Maria

³³ RICHARDSON, John E. / WODAK, Ruth, 2009.

³⁴ Les concepts centraux de l'Union Européenne sont ainsi expliqués dans des notes de bas de page dans *Der Blaue Planet*. Les définitions fournies sont évidemment fortement chargées sur le plan idéologique.

Vassilakou, candidate des Verts, a ainsi dénoncé le caractère « antiturc » de la scène³⁵ et condamné l'incitation à la violence suggérée par la BD. Herbert Kickl, secrétaire général du FPÖ, s'est défendu en arguant du fait que Mustafa ne désignait pas ici un enfant, ni ne servait pas à faire référence aux Turcs dans leur ensemble, mais se rapportait en fait à Kara Mustapha, le chef des armées ottomanes à Vienne. Ce procédé, qui joue sur l'ambiguïté référentielle, est un des éléments-clés de la rhétorique du FPÖ.

3.3. Forte polarisation du discours

Une autre caractéristique du discours du FPÖ est le recours à des stratégies bipolaires dont la fonction est d'exclure, sur le plan de la confrontation politique d'une part, et au niveau social d'autre part.

3.3.1. Mise en scène du duel Strache vs. Häupl

Toute la campagne électorale est marquée par la mise en scène d'un duel entre le FPÖ et le SPÖ, ce qui revient à exclure les autres partis du jeu des élections, tout en plaçant le FPÖ et le SPÖ sur un pied d'égalité. Or, ce rapport de forces était tout sauf réel au début de la campagne électorale.

Cette logique bipolaire n'est pas nouvelle : elle est clairement visible sur les affiches de 2005 sur lesquelles on voit, dans la partie gauche, un portrait de Michael Häupl, le maire de Vienne, devant une mosquée, et à droite, celui de Strache devant la Cathédrale Saint-Etienne colorée en bleu. Cette dernière est présentée comme le symbole identitaire de la ville de Vienne.

Les slogans servent à expliciter les images : Häupl est associé à « plus d'immigration » (*mehr Zuwanderung*), tandis que Strache fait campagne « pour nous Viennois » (*für uns Wiener*). La confrontation politique (FPÖ vs. SPÖ) se double donc d'une logique d'exclusion qui place d'un côté un « nous », représentant selon les contextes les Viennois ou les Autrichiens, et de l'autre un « eux », dont les intérêts sont servis par le SPÖ. La stigmatisation de Häupl est particulièrement visible dans la BD *Sagen aus Wien* dans laquelle est fustigé son goût pour la bonne chère et l'alcool. Il y apparaît bedonnant, affichant sa tolérance et son cosmopolitisme, mais servant en fait les intérêts de l'ennemi turc et se régaland en cachette. Ainsi est activé le stéréotype de l'irresponsabilité et de l'immoralité des dirigeants. HC Strache se profile comme le défenseur du peuple envers des élites accusées de parler un double langage. Ici aussi, il s'agit d'un des ressorts classiques des discours populistes.

La campagne de 2010 reprend, mais sous une autre forme, cette structure binaire. Seul Strache apparaît cette fois sur les affiches et la bipolarisation est véhiculée par des parallélismes construisant des pseudo-oppositions entre le FPÖ et le SPÖ.

Exemples :

WIR glauben an unsere Jugend/ die SPÖ an Zuwanderung.

NOUS croyons en la jeunesse, le SPÖ en l'immigration.

WIR erhöhen Eure Sicherheit. Die SPÖ Eure Steuern und Gebühren.

NOUS augmentons votre sécurité. Le SPÖ vos taxes et vos impôts.

³⁵ <http://derstandard.at/1285199232845/Gruene-bringen-Anzeige-gegen-FPOe-Comic-ein>. (consulté le 02/09/2012).

WIR schützen freie Frauen. Die SPÖ den Kopftuchzwang.

NOUS protégeons les femmes libres – le SPÖ le foulard islamique.

Le message véhiculé est identique : le FPÖ, dont la justesse des causes politiques est soulignée par l'utilisation de majuscules pour le pronom *Wir*, « défend les intérêts des Viennois, tandis que le SPÖ s'enrichit sur leur dos et favorise par sa politique l'immigration et le fondamentalisme religieux. Strache est allé plus loin en accusant le SPÖ d'être un *Islamistenpartei*³⁶ (« parti d'islamistes ») en raison de la présence de candidats issus de l'immigration sur les listes du SPÖ. Le parti a exigé des excuses, auxquelles Strache s'est refusé.

La construction discursive de « NOUS » et d'« EUX », qui sous-tend la logique d'exclusion « horizontale » du populisme de droite, est un des piliers du discours du FPÖ. Le ciment de la communauté du « nous » est constitué par des valeurs culturelles « chrétiennes », comme le montre le rôle prépondérant joué par la Cathédrale Saint-Etienne ou encore le slogan *Abendland in Christenhand*³⁷. La défense des édifices religieux s'explique par le désir de maintenir l'intégrité territoriale dont les cathédrales, par leur monumentalisme, sont les meilleures représentantes³⁸. Il faut rappeler que Strache avait manifesté croix en main contre l'agrandissement d'un centre islamique à Vienne, ce qui lui a valu de nombreuses critiques, y compris dans ses propres rangs.

La scène d'énonciation collective du discours tenu par Strache le 9 septembre 2010 au Viktor-Adler-Markt dans un quartier populaire de Vienne, est représentative de la mise en avant de la communauté des Viennois et de leurs valeurs, comme le montre l'emploi répété du pronom *wir / nous*. Strache s'adresse à un auditoire viennois, auquel il s'intègre et qu'il flatte :

Wir Wiener haben ein großes Herz, wir haben ein goldenes Herz [...] und wir haben eine große Geduld und wir lassen uns oft viel zu viel gefallen, aber alles hat ein Ende³⁹.

Strache procède ici à un détournement du phraséologisme *Das goldene Wiener Herz*⁴⁰. Ce stéréotype, notamment véhiculé par des films et des chansons populaires, fait référence aux

³⁶http://diepresse.com/home/politik/wienwahl/590189/Islamistenpartei_Haeupl-fordert-Entschuldigung-von-FPOe (consulté le 02/09/2012)

³⁷ Le terme de *Abendland* suppose un ensemble de valeurs, l'unité culturelle des peuples européens tandis que *Westen* fait référence au point cardinal ainsi qu'à l'opposition entre le bloc communiste et le bloc capitaliste.

³⁸ On peut établir un parallèle avec le discours de Tours de Marine Le Pen dans lequel elle loue le rôle des bâtisseurs de cathédrales dans l'édification de la cohésion nationale « Que visaient si ce n'est la construction et la consolidation de l'unité nationale le Baptême de Clovis, l'œuvre des rois unificateurs, Henri IV et son « Paris vaut bien une messe », les bâtisseurs de nos cathédrales, les codes de Bonaparte, les hussards noirs de la troisième république, les résistants de 40 ou les soldats de notre empire ? Nous sommes les héritiers de cette œuvre millénaire, et nous en bénéficions chaque jour, sans même nous en rendre compte ! » (discours de Tours, janvier 2011)

³⁹ *Nous Viennois avons le cœur sur la main, nous avons en cœur en or (...) et nous avons beaucoup de patience et nous acceptons souvent beaucoup de choses, mais tout a une fin.*
<http://www.youtube.com/user/Oesterreichzuerst#p/u/148/OraFE9HeRpY>. (Nous transcrivons, soulignons et traduisons). (consulté le 02/09/2012)

⁴⁰ Le motif est d'ailleurs récurrent dans le discours du FPÖ. On peut ainsi citer ce discours ouvertement antisémite tenu par Haider lors des élections régionales de 2001: *Der Häupl hat einen Wahlkampfstrategen, der heißt Greenberg (lautes Lachen im Saal). Den hat er sich von der Ostküste einfliegen lassen! Liebe Freunde, ihr habt die Wahl, zwischen Spindocter Greenberg von der Ostküste, oder dem Wienerherz zu entscheiden!*. (« Häupl a un conseiller pour sa campagne, il s'appelle Greenberg (éclats de rire dans la salle). Il l'a fait venir de

prétendues sentimentalité et gentillesse des Viennois. Strache puise une fois de plus dans le creuset d'une mythologie ethnocentriste fondée dans les traditions du cinéma, de l'opérette et des chansons populaires. Il y ajoute le *topos* de la rupture (*Alles hat ein Ende*) que l'on retrouve également dans le rap *Schluss mit lustig*.

Avec d'autres slogans, Strache se propose de maintenir l'identité et le patrimoine culturel viennois prétendument menacés : *Wir bewahren unsere Heimatstadt* (Nous préservons NOTRE ville). Le terme *Heimat*, récurrent dans le discours du FPÖ, revient à associer des connotations émotionnelles à l'évocation de la ville de Vienne. Il est idéologiquement et historiquement connoté et a surtout été mis en avant dans les années 50 afin d'affirmer une « nouvelle identité autrichienne ». Il était alors synonyme de beaux paysages immaculés mis en scène notamment dans les *Heimatfilme* (« films du terroir »). Le terme est ici réutilisé en occultant son caractère fascisant, ce qui correspond bien à l'époque des films du terroir qui voulaient reconstruire une nouvelle identité autrichienne en faisant abstraction du passé austro-fasciste et national-socialiste du pays.

Heimat est pourtant loin d'être un terme neutre, il suffit de penser aux nombreuses organisations employées à protéger la *Heimat* comme c'est le cas du *Kärntner Heimatdienst* par exemple.

En outre, il est intéressant de revenir sur le jeu des pronoms dans le slogan suivant qui a également été utilisé pour la campagne : *weil ER an euch glaubt*⁴¹ (« parce qu'IL croit en vous ») et qui constitue une variation de la formule d'ordinaire employée par Strache durant la campagne *weil ich an EUCH glaube*⁴². On y remarque l'utilisation – rare dans le discours politique lorsqu'il s'agit de désigner le candidat – de la troisième personne du singulier et des majuscules, ce qui revient à effacer Strache de la situation d'interlocution instaurée avec les Viennois tout en l'élevant au rang de figure sacrée ayant foi en ses ouailles, les destinataires du message.

Quant au prototype du « EUX », de l'« autre », qui est hors du groupe, il est musulman⁴³, ne parle pas (bien) allemand, potentiellement criminel et irrespectueux des droits de l'homme. Discursivement sont ainsi opposées deux figures irréelles, celle du « véritable Autrichien⁴⁴ »,

la Côte Est ! Chers amis, vous avez le choix de décider entre Greenberg, le spin-doctor de la côte Est, ou le cœur viennois ! ». *Nous traduisons*)

⁴¹<http://www.nachrichten.at/nachrichten/ticker/Wahlen-Gemeinderat-Landtag-OeVP-Kommunales-Wien-Analyse;art449,482082>. (consulté le 02/09/2012).

L'utilisation du pronom *er* n'est cependant pas une nouveauté dans le discours du FPÖ. Elle fait écho au slogan *Sie sind gegen Ihn, weil er für euch ist* (« Ils sont contre Lui parce qu'il est pour vous », *nous traduisons*) avec lequel Haider a fait campagne en 1994 et qui a été repris en 2008.

⁴² Damon Mayaffre remarque que le « je » est a-politique(s) voire antipolitique(s). Dire « je », c'est marquer sa singularité, lorsque la politique est la recherche du ralliement, du nombre, de la majorité en démocratie, de l'unanimité dans des régimes totalitaires. » (MAYAFFRE, 2003). Le « je » participe de la forte personnalisation du débat politique et permet d'identifier clairement la figure salvatrice.

⁴³ On recense 400 000 Musulmans en Autriche, dont la moitié a la nationalité autrichienne (4,2% de la population totale). 123000 viennent de Turquie, 65000 de Bosnie-Herzégovine. Le reste vient d'ex-Yougoslavie ou d'Iran (3800). En comparaison, peu viennent des pays arabes.

⁴⁴ Le *topos* du *vrai Autrichien* (ou de sa variante « le vrai Viennois ») n'est pas nouveau en Autriche. Il a déjà été employé dans les années 1970 par Bruno Kreisky, candidat SPÖ en réaction au slogan de l'ÖVP qui a présenté son candidat comme un « véritable Autrichien », certains y ont vu une attaque antisémite envers Kreisky qui a rétorqué : « Je crois pouvoir également prétendre au statut de véritable Autrichien ». Il importe également de noter que le FPÖ a utilisé le *topos* du « Viennois authentique » pour les élections de Vienne en 2005 et en a fait le pivot de sa campagne. Le slogan *Damit der echte Wiener nicht untergeht* (« Pour que le vrai Viennois ne

stéréotype des discours populistes⁴⁵, et celle du « Turc », qui met à mal une homogénéité identitaire présumée et dont les traits restent indéfinis :

[...] Menschen, die aus dem christlichen Europa zugewandert sind, etwa aus Süd- und Osteuropa, sind meist sehr gut integriert und auch akzeptiert. Es gibt also gar kein Ausländerproblem, es gibt ein Türkenproblem⁴⁶.

La citation fait apparaître plusieurs éléments : la stigmatisation des Turcs, qui s'explique par l'exploitation des craintes suscitées par les débats portant sur l'éventuelle adhésion de la Turquie à l'UE, la présupposition de l'incompatibilité de l'Islam avec les valeurs de l'Occident sécularisé, mais on remarque que le discours du FPÖ ne repose pas sur une logique de refus en bloc des étrangers. En effet, ne pas prendre acte de la réalité de l'immigration serait courir le risque de perdre de précieuses voix. Strache lui-même met en avant « son » intégration réussie – ses grand-parents, originaires des Sudètes, avaient dû fuir la Première République tchécoslovaque.

Strache et le FPÖ opèrent une différenciation très nette des étrangers ; à cet égard, l'utilisation des Serbes est particulièrement révélatrice. Strache met en avant une politique de la main tendue envers les Serbes (en arborant le bracelet serbe) puisqu'il s'agit là du groupe le plus important d'étrangers naturalisés et donc d'un électorat potentiel significatif⁴⁷. Le résultat est probant : les Serbes ayant le droit de vote en Autriche votent massivement Strache, les Turcs prioritairement le SPÖ⁴⁸.

La distinction entre « bons » et « mauvais » étrangers apparaît également dans la citation ci-dessous. Strache salue :

« alle anständigen Wiener, alle anständigen Österreicher, aber auch alle anständigen und gut integrierten Zuwanderer, die halt daher gekommen sind [...], weil alle anständigen Menschen, die hinter unserer Wiener Kultur, hinter unserer westlich-freiheitlich-demokratischen Gesellschaft, hinter unserer christlich-abendländischen Stadt Wien stehen, auch auf unserer Seite stehen⁴⁹ ».

sombre pas »), qui sous-entend que le « vrai » Viennois est une espèce en voie de disparition face à la menace étrangère, renvoie aussi à une série télévisée extrêmement populaire des années 70, intitulée *Ein echter Wiener geht nicht unter*. Produite par l'ORF entre 75-77, elle a été rééditée en long métrage en 2008. L'acteur Karl Merkatz y incarne le protagoniste Edmund « Mundl » Sackbauer, le Viennois type des bas-fonds, habitant du quartier populaire Favoriten, parlant le viennois des classes populaires, opposé au *Schönbrunnerdeutsch* des classes sociales plus élevées.

⁴⁵ cf. parti des « Vrais Finlandais ».

⁴⁶ *Les gens qui sont issus de l'Europe chrétienne, par exemple de l'Europe du Sud ou de l'Est, sont la plupart du temps bien intégrés et aussi acceptés. Il n'y a donc pas de problèmes avec les étrangers, il y a un problème avec les Turcs. (Nous traduisons)* (Strache, interview dans *Die Presse*, 26/09/2009, en ligne : http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/511097/Strache_Es-gibt-ein-Tuerkenproblem (consulté le 07/09/2012)).

⁴⁷ Narodslawsky, Blausprech, op.cit., p. 178 sq.

http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/364103/Outlaws-unter-sich_Der-serbophile-HC-Strache (consulté le 02/09/2012).

⁴⁸ <http://www.nachrichten.at/nachrichten/meinung/kotanko/art109300,886801> (consulté le 02/09/2012).

⁴⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=OraFE9HeRpY&lr=1>. *Tous les Viennois convenables, mais aussi tous les immigrés convenables et bien intégrés qui sont venus chez nous [...] parce que tous les gens convenables qui sont derrière notre culture viennoise, derrière notre société démocratique, libérale et occidentale, derrière notre ville chrétienne et occidentale, sont aussi de notre côté. (Nous transcrivons et traduisons).*

Strache met ici en avant des valeurs spécifiques, notamment celles de *Anstand* (le savoir-vivre, la tenue, la convenance). Sa stratégie discursive repose une fois de plus sur un mélange d'archaïsme et de modernité.

Le raisonnement véhiculé par la métaphore suivante souligne cependant le statut précaire des étrangers en Autriche.

Denn das Haus Wien gehört den Österreichern. Wir entscheiden, ob wir jemanden hineinlassen, ob er in ein Gästezimmer einziehen darf. [...] Wer sich nicht benehmen kann, wird vor die Tür gesetzt – wir brauchen einen blauen Hausmeister⁵⁰.

Les étrangers sont présentés comme de simples locataires dont le statut – provisoire et précaire – est inférieur à celui des Autrichiens. De plus, la métaphore contribue à les infantiliser.

Cet exemple confirme les observations de Ruth Wodak⁵¹ qui met en avant la « transformation constante et en perpétuelle redéfinition des identités » (*stete Transformation und eine immer neue Definition von Identitäten*) dans le discours politique. Les discours articulés autour d'un « nous » ne sont pas statiques, mais fragmentés et toujours susceptibles d'être restructurés : dans les années 1980, les membres de l'ancien bloc communiste étaient considérés comme les « étrangers ». Aujourd'hui, ce sont les Musulmans, surtout les Turcs dans le contexte autrichien, qui sont la cible de l'exclusion.

La stigmatisation des Turcs passe par plusieurs biais : tout d'abord, par l'amalgame intentionnel entre les dénominations « islamisme » et « Islam », qui revient à mettre sur le même plan la religion musulmane d'une part et l'instauration d'un Etat islamique d'autre part, tout en agitant le spectre du terrorisme.

Ce procédé d'étiquetage ambigu est à rapprocher des raisonnements fallacieux dont HC Strache use à de nombreuses reprises. Ainsi, dans une conférence de presse pour présenter son programme, Strache cite dans un souffle *eine weitere Massenzuwanderung* (« une poursuite d'une immigration de masse ») et *einen Anstieg der Kriminalität* (une « montée de la criminalité »), si le SPÖ continue à diriger Vienne⁵² : cette juxtaposition revient à créer une relation de cause à conséquence entre les deux phénomènes.

Il oppose également *unser Wien*⁵³ (« notre Vienne ») au *multikulturelles und multikriminelles sozialistisches Experimentierfeld* (« terrain d'expérimentation multiculturel

⁵⁰ <http://derstandard.at/1276413575395/Reportage-Strache-tritt-als-blauer-Hausmeister-fuer-Wien-an?seite=2> (consulté le 02/09/2012). *Car la maison de Vienne appartient aux Autrichiens. C'est nous qui décidons si nous faisons entrer quelqu'un, s'il peut loger dans la chambre d'amis. [...] Celui qui ne sait pas se comporter sera mis dehors – nous avons besoin d'un concierge bleu. (Nous traduisons).*

⁵¹ WODAK, 2001, 28.

⁵² (<http://www.youtube.com/user/Oesterreichzuerst#p/u/130/Fjo5Iq3bmS8>).

⁵³ <http://www.youtube.com/user/Oesterreichzuerst#p/u/130/Fjo5Iq3bmS8> *Nous soulignons* (consulté le 02/09/2012).

⁵⁴ « Le débat sur le multiculturalisme a [...] refait surface dans le discours de plusieurs dirigeants politiques européens qui ont mis en avant son échec à construire une société pacifiée et harmonieuse. En octobre 2010, c'est la chancelière allemande, Angela Merkel, qui la première a évoqué l'échec du multiculturalisme en Allemagne et appelé les musulmans à respecter la Constitution allemande. Sur le même registre, on observe également, comme en France, au Danemark ou aux Pays-Bas, un durcissement des politiques migratoires, que le national-populisme

et multicriminel socialiste ») produit par la gestion du SPÖ. Le néologisme *multikriminell* est censé susciter l'indignation et la crainte des Viennois par l'association qu'il établit entre multiculturalisme et criminalité. La coordination des deux adjectifs contribue à créer de toutes pièces une équivalence sémantique entre eux.

Ces glissements contribuent à renforcer les préjugés racistes et « démontrent » l'impossibilité de l'intégration des Turcs.

Le recours aux citations est un autre moyen employé pour légitimer la politique d'exclusion. Strache n'hésite pas à détourner des citations, de préférence de l'adversaire politique, extraites de leur contexte. On peut en guise d'exemple évoquer l'utilisation non autorisée des propos d'Alice Schwarzer, figure du féminisme allemande qui a notamment pris position contre le port des burqas par les écolières en Allemagne, mais qui ne saurait évidemment pas être taxée de sympathies pour le FPÖ.

L'efficacité de la citation, qui sert d'argument *ad verecundiam*, est donc renforcée par le fait que c'est l'opposant – explicite ou non – qui sert ici de caution⁵⁵ : le FPÖ ne passe plus pour un parti extrémiste puisque ses idées sont défendues dans d'autres sphères.

Diese Leute, die Islamisten, die müssen wir als das begreifen, was sie sind – als unsere Feinde. Und denen haben wir politisch Paroli zu bieten⁵⁶.

Les propos de Schwarzer sont cités sans mention de leur source dans le cadre du débat sur l'islam lancé par le FPÖ. Or, l'intéressée précise sur son blog qu'elle ne se rappelle pas avoir prononcé de tels propos⁵⁷ et condamne justement l'amalgame entre islam et fondamentalisme auquel procède le parti.

3.4. Stratégie d'ambivalence calculée

Après nous être intéressées à l'auto-mise en scène de Strache ainsi qu'à la construction discursive de la polarisation politique et sociale, nous nous penchons à présent sur ce que Ruth Wodak appelle la « stratégie d'ambivalence calculée », qui est l'une des constantes du discours du FPÖ. Il s'agit d'un double message intentionnel qui fonctionne comme un tiroir à double-fond dans la mesure où il donne lieu en surface à une première interprétation, inoffensive, tout en permettant l'activation de contenus condamnables par le biais de l'implicite. Cette stratégie est particulièrement utilisée en politique car elle permet au producteur des textes de se distancer des significations implicites et de laisser au récepteur la responsabilité de leur activation, tout en créant une connivence avec ceux qui comprennent et approuvent l'allusion. Un autre facteur explique la fréquence de son emploi par le FPÖ : depuis la fin de Seconde Guerre mondiale règne dans l'espace public autrichien un tabou sur

a toujours soutenu ». (http://www.lemonde.fr/idees/article/2011/03/30/diffusion-et-enracinement-des-idees-du-national-populisme-europeen_1500267_3232.html). (consulté le 02/09/2012).

⁵⁵ *Je größer der politische Abstand zwischen Zitierendem und Zitiertem ist, desto auffälliger die Wirkung [...] (« Plus l'écart politique entre citant et cité est important, plus l'effet est visible. », nous traduisons)* (PERENNEC, Marie-Hélène, 1999, 135).

⁵⁶ *Ces gens, les Islamistes, il faut les considérer comme ce qu'ils sont – nos ennemis. Et il faut les contrer sur le plan politique.* (Nous traduisons).

(http://www.aliceschwarzer.de/publikationen/blog/?tx_t3blog_pi1%5BblogList%5D%5BshowUidPerma%5D=51&cHash=f3c7a8dc2e).

⁵⁷ [http://www.aliceschwarzer.de/publikationen/blog/?tx_t3blog_pi1\[blogList\]\[showUidPerma\]=51&cHash=f3c7a8dc2e](http://www.aliceschwarzer.de/publikationen/blog/?tx_t3blog_pi1[blogList][showUidPerma]=51&cHash=f3c7a8dc2e) (consulté le 02/09/2012).

les messages ayant trait à l'idéologie nazie, ce qui explique qu'ils ne soient pas verbalisés explicitement.

Nous pouvons évoquer deux faits marquants de la campagne largement commentés par les médias et qui illustrent ce fonctionnement.

- *Wiener Blut*

Mehr Mut für unser « Wiener Blut » pouvait-on lire sur d'immenses affiches placardées un peu partout à Vienne en août 2010. L'expression *Wiener Blut* renvoie bien sûr aussitôt à l'idéologie nazie du *Blut und Boden* (la *Blubo* analysée par Victor Klemperer⁵⁸). Par l'ajout des guillemets, le FPÖ fait semblant de détourner cette première interprétation et affirme vouloir renvoyer à un autre pan du patrimoine culturel local, à savoir l'opérette de Johann Strauss fils, et à la version filmique du même nom, créée en 1942 par Willi Forst et très populaire dans les années 50 lors de la vague du *Heimatfilm*. L'expression *Wiener Blut* a été également reprise par Falco, chanteur rock très populaire des années 80 et bénéficiant d'un certain succès international, pour une de ses chansons. Les affiches du FPÖ ont suscité de nombreuses réactions allant de l'arrachage d'affiches à des contre-campagnes. Il s'en est suivi des protestations, notamment de la part des Verts et des socialistes : David Ellensohn des Verts parle de « jargon nazi », Christian Deutsch du SPÖ fait clairement le lien entre ces affiches et la propagande nazie. Mais Herbert Kickl, le concepteur des campagnes du FPÖ, joue la carte de l'innocence :

Das ist absolut lächerlich. [...] Mit Rassismus hat das überhaupt nichts zu tun, sondern mit Wiener Tradition. [...] Das ist bitte ein totales Positivthema, ein positives Bekenntnis zur Wiener Lebensart und Tradition⁵⁹.

- *Odal*

Une des légendes de Vienne reprises dans la bande dessinée *Sagen aus Wien* utilise le mythe du basilic, transformé pour les besoins de la campagne en basilic rouge-vert qui tente de mettre fin à son haleine fétide en utilisant une lotion buccale nommée *Odal*, dont le flacon rappelle le produit commercialisé sous le nom *Odol*. Il pourrait s'agir d'une allusion inoffensive, mais le terme *Odal* fait également référence à une rune utilisée pendant la Seconde Guerre mondiale par la division SS de volontaires de montagne Prinz Eugen, qui n'est autre que l'acolyte de Strache-Superman dans la BD *Sagen aus Wien*, ainsi que sur la scène néo-nazie.

Dans ce cas également, Kickl nie les significations indirectes et sous-entendues tout en mettant l'accent sur la signification littérale des unités linguistiques en cause. Reconnaissance et identification sont pourtant garanties, notamment parmi le public-cible du FPÖ.

⁵⁸ KLEMPERER, 1975.

⁵⁹ <http://derstandard.at/1281829236346/Blog-Wiener-Wahlnotizen-Strache-will-das-Wiener-Blut-schuetzen> (consulté le 02/09/2012). *C'est complètement ridicule. [...] Cela n'a strictement rien à voir avec du racisme, mais avec la tradition viennoise. [...] Je suis désolé, mais c'est un thème totalement positif, une profession de foi positive en faveur de la façon de vivre et de la tradition viennoise. (Nous traduisons).*

Conclusion

L'analyse du discours utilisé et mis en scène par le FPÖ de Strache a montré que celui-ci suit des schémas bien précis : outre les sujets de prédilection que l'on retrouve chez d'autres partis populistes, on remarque l'utilisation massive des nouvelles technologies et l'émergence de stratégies adaptées à ces médias, notamment l'exploitation des réseaux sociaux, l'extension d'une argumentation de type visuel. Le discours du FPÖ, qui repose sur une forte polarisation, peut être qualifié d'excluant, xénophobe et antisémite. Il combine à la fois des composantes conservatrices et modernes, et ce afin de satisfaire l'électorat traditionnel du parti tout en séduisant les jeunes. L'image dynamique véhiculée par le FPÖ et son leader est censée faire paraître l'adversaire politique, notamment les grands partis traditionnels que sont le SPÖ et l'ÖVP, comme démodés et incapables de réagir face aux enjeux suscités par la « crise ». Ceux-ci ne semblent d'ailleurs pas faire figure de réels opposants à ce parti populiste. Il importe également de noter l'acceptation croissante du parti au sein de la population. Cette tendance, amorcée par Jörg Haider, s'est confirmée sous Strache. Le FPÖ est ainsi largement banalisé et son caractère extrémiste ne semble en tout cas pas être perçu comme tel par son électorat. Cette banalisation est entre autres relayée par la presse locale, notamment la *Kronen Zeitung*⁶⁰ dont on connaît les positions populistes, voire extrêmes à travers les éditoriaux et rubriques ouvertement xénophobes et racistes, notamment ceux de Wolf Martin dans la rubrique *In den Wind gereimt* et de Hans Nimmerrichter, alias *Staberl*.

Même si un Michael Jeannée s'insurge dans les colonnes de ce même journal contre les affiches du FPÖ à propos du *Wiener Blut*⁶¹, on pouvait tout de même lire en 2009 les rimes inspirées de Wolf Martin :

Das Ostgesindel, ohne Frage, ist unsrer Städte große Plage. Ob sie nun Bettler, Räuber, Diebe, ob frech im « Augustin »-Vertriebe [...] Kein Wunder, wenn man Strache wählt⁶².

⁶⁰ Comptant trois millions de lecteurs, la *Krone* est un des journaux le plus lu au monde par rapport à la population. Le film de Nathalie Borgers de 2002 « *Kronen Zeitung – Tag für Tag ein Boulevardstück* » (titre français « *Krone – L'Autriche entre les lignes* ») démontre le poids certain de ce journal dans la politique autrichienne.

⁶¹ [...] *Assoziationen weckt zu jener widerwärtigen Sprache, von der man glaubte, sie wäre auf dem Misthaufen der braunen Blut-und-Boden-Geschichte längst vermodert.* (JEANNE, Michael, *Kronen Zeitung*, 19.08.2010) (« [...] rappelle cette langue sordide dont on pensait qu'elle avait pourri sur le tas de fumier de l'histoire brune de l'idéologie Blut und Boden. ») (Nous traduisons).

⁶² MARTIN, Wolf, *Kronen Zeitung*, 26.04.2009, 3. « La racaille venue de l'Est est sans conteste une véritable plaie pour nos villes. Que ce soient des mendiants, des brigands, des voleurs, ou des distributeurs du journal Augustin. Pas étonnant qu'on vote Strache. » (Nous traduisons).

Bibliographie :

AMOSSY, Ruth, « Ethos », dans : CHARAUDEAU, Patrick / MAINGUENEAU, Dominique, *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 2002.

BARTHES, Roland, *Mythologies*, Paris, collection « Pierres vives », Seuil, 1957.

CHARAUDEAU, Patrick, « Réflexions pour l'analyse du discours populiste », dans : *Mots. Les langages du politique*, 3/2011 (n° 97), 101-116, en ligne : www.cairn.info/revue-mots-2011-3-page-101.htm (consulté le 24/05/2012).

GEHLER, Michael, « Die Affäre Waldheim : Eine Fallstudie zum Umgang mit der NS-Vergangenheit in den späten Achtziger Jahren », in : Rolf Steininger, Michael Gehler (Ed.), *Österreich im 20. Jahrhundert*, Wien, Böhlau Verlag, 1997, 355-414.

HORACZEK, Nina, REITERER, Claudia, *HC Strache*, Wien, Ueberreuter, 2009.

KLEMPERER, Victor, *LTI*, Reclam, Leipzig, 1975.

MAYAFFRE, Damon, « Dire son identité politique », dans : *Cahiers de la Méditerranée*, 66, 2003, en ligne <http://cdlm.revues.org/index119.html> (consulté le 24/05/2012).

NARODOSLAWSKY, Benedikt, *Blausprech. Wie die FPÖ ihre Wähler fängt*, Graz, Leykam, 2010.

PERENNEC, Marie-Hélène, « Zitat und Argumentation im politischen Diskurs », dans : *Cahiers d'Etudes Germaniques*, 37, 1999, 127-138.

PELINKA, Anton, « Die FPÖ in der vergleichenden Parteienforschung Zur typologischen Einordnung der Freiheitlichen Partei Österreichs », dans : FRÖSCHL, Erich (éd.), *Österreichischen Zeitschrift für Politikwissenschaft*, (ÖZP, 31 (2002) 3, 281 – 290), en ligne : <http://www.renner-institut.at/download/texte/pelinka.pdf> (consulté le 24/05/2012).

PRIESTER, Karin, « Wesensmerkmale des Populismus », dans : *Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ)*, 5-6 2012, en ligne : <http://www.bpb.de/apuz/75848/wesensmerkmale-des-populismus> (consulté le 24/05/2012).

RATHKOLB, Oliver, « Die Kreisky-Ära 1970-1983 », in : Rolf Steininger, Michael Gehler (Ed.), *Österreich im 20. Jahrhundert*, Wien, Böhlau Verlag, 1997, 305-355.

RICHARDSON, John E. / WODAK, Ruth, The impact of visual racism : visual arguments in political leaflets of Austrian and British far-right parties, en ligne : http://newcastle.academia.edu/JohnRichardson/Papers/389065/_2009_The_impact_of_visual_racism_Visual_arguments_in_political_leaflets_of_Austrian_and_British_far-right_parties_Controversia_6_2_with_R_Wodak_ (consulté le 02/09/2012).

SCHARSACH, Hans-Henning, *Haiders Kampf*, München, Heyne Verlag, 1992.

WODAK, Ruth, « Politikwissenschaft und Diskursanalyse : Diskurs in der Politik », dans : MARKOVITS, Andrei S. / ROSENBERGER, Sieglinde K. (éd.) : *Demokratie. Modus und Telos*, 2001, Böhlau, Vienne.

WODAK, Ruth, « Pragmatique et *Critical Discourse Analysis* : un exemple d'une analyse à la croisée des disciplines », *Semen* 27, 2009, en ligne : <http://semen.revues.org/8878>, consulté le 06/09/2012.

Notice biographique :

Delphine Choffat est maître de conférences au département d'Etudes germaniques à l'Université de Nantes. Ses recherches portent sur l'analyse du discours politique et médiatique, l'histoire de la République fédérale depuis 1945 ainsi que sur la traductologie.

Elisabeth Kargl est maître de conférences au département d'Etudes germaniques à l'Université de Nantes. Ses recherches portent sur la traductologie, la réception et les transferts culturels ainsi que sur la civilisation et la littérature autrichienne contemporaine.