

**Faculté des sciences économiques, sociales,
politiques et de communication**

Les voix de Donald Trump lors des primaires républicaines de 2016

Une analyse critique du discours politique

Auteur : Cyril PELERIN
Promoteur(s) : M. Frédéric MOENS
Année académique 2018-2019

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique | www.uclouvain.be/espo

ABSTRACT

À la lumière des élections présidentielles américaines de 2016, le présent travail propose une analyse de procédés discursifs observés lors de la campagne des primaires de Donald Trump. Élaborée sur base de fondements théoriques de l'analyse du discours, cette *analyse critique du discours* (CDA) s'appuie sur un corpus textuel rassemblant près de deux-cent meetings, une dizaine de débats télévisés, des interviews, town halls. L'enjeu de ce travail est de comprendre en quoi la répétition d'une formule, l'emploi volontaire ou l'omission délibérée d'un mot, la récitation d'un poème ou l'usage de l'injure a pu constituer une réalité performative pour le candidat Donald Trump dans l'optique de décrocher l'investiture du Parti républicain. Indépendamment de la polémique que le procédé discursif peut présenter, il s'agit de définir les structures langagières qui le composent, de poser le contexte de son occurrence et d'en débusquer les présupposés idéologiques sous-jacents. Ainsi, le présent travail repose sur le postulat que le discours politique est une des composantes de la stratégie de l'acteur politique, qu'il soit au pouvoir ou en période de campagne.

Mots clés : discours politique, rhétorique, analyse critique du discours, idéologie

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	7
I. LE DISCOURS POLITIQUE	10
1. Définition et portée	10
1.1. La triple dimension du discours politique	10
1.2. La notion de contexte	11
1.3. Le domaine politique	12
2. Propriétés du discours politique	14
2.1. Communiquer par la persuasion	14
2.2. La capacité d'action du discours	17
2.3. Le positionnement du locuteur	18
2.4. La légitimité du sujet parlant	20
II. ANALYSER LE DISCOURS POLITIQUE	22
1. Enjeux	22
2. Approches méthodologiques	23
2.1. Analyse qualitative par CDA	24
2.2. Constitution d'un corpus textuel	26
3. Limites	27
III. ANALYSE DU CORPUS DE DONALD TRUMP	28
1. Constitution du corpus	28
2. Analyse du corpus	30
A. <i>Ils parlent tous, ne font rien</i>	30
B. <i>The Snake</i>	32
C. <i>Querelle de mots</i>	34
D. <i>Eux contre nous</i>	36
E. <i>L'injure réalisatrice</i>	39
CONCLUSION	42
BIBLIOGRAPHIE	43
ANNEXES	52

LISTE DES FIGURES & TABLEAUX

Figure 1 : Diagramme schématique du système de communication selon Shannon et al.	15
Figure 2 : Diagramme schématique du système de communication selon H. Laswell	16
Figure 3 : Position d'autorité du sujet parlant selon une logique de menace	19
Figure 4 : Le Carré idéologique selon T. van Dijk	36

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Cadre définitionnel du discours politique selon B. McNair (2003)	52
Annexe 2 : Liste des rallies de la primaire républicaine de Donald Trump	53
Annexe 3 : Liste des débats télévisés de la primaire républicaine 2016	63
Annexe 4 : Extraits 1, 2, 3, 4 du corpus de Donald Trump	64
Annexe 5 : Paroles de ‘The Snake’ par Al Wilson	66
Annexe 6 : Extrait 5 du corpus de Donald Trump	67
Annexe 7 : Extrait 6 du corpus de Donald Trump	68
Annexe 8 : Extrait 7, 8, 9 du corpus de Donald Trump	69
Annexe 9 : Extrait 10, 11 du corpus de Donald Trump	71

INTRODUCTION

À bien des égards, la campagne présidentielle américaine de 2016 a constitué un fait remarquable dans sa dimension politique. D'abord, par le nombre de candidats en lice. Avec dix-sept candidatures officiellement déclarées, le parti républicain a offert le plus grand plateau de prétendants à la Présidence dans l'histoire des élections américaines. Elle constitue un fait remarquable, en outre, car la campagne victorieuse — en l'occurrence celle de Donald Trump — est considérée par plusieurs scientifiques comme « non conventionnelle » en raison du rôle particulier des médias (Francia, 2017 ; Albert, 2018). La nomination, et *a fortiori* l'élection de Donald Trump comme quarante-cinquième Président des États-Unis a constitué une surprise pour les observateurs politiques, les figures du parti et même certains de ses supporters (Gabriel et al, 2018).

À l'annonce de sa candidature le 16 juin 2015 à New York, Donald Trump se lance dans la « primaire invisible ». Cette période qui débute dès la déclaration officielle d'une candidature et prend fin aux premiers scrutins de l'Iowa et de New Hampshire est considérée comme cruciale dans la quête d'une campagne victorieuse, et le rôle des médias y est fondamental (Patterson, 2016a, p.4). En effet, en plus de la fonction de *screening* des candidats que la presse assure¹, les études de Patterson (2016a ; 2016b) et de Reuning et al. (2018) ont démontré qu'une couverture médiatique importante « accroît les chances du candidat de bien figurer dans les sondages² » (Patterson, 2016a, p.3). Et les observations des

¹ La presse américaine dédie un voire plusieurs reporters chargés de couvrir la campagne. Les candidats font alors l'objet de *scrutiny*, soit un examen minutieux des prises de position, des déclarations passées, d'une connaissance des sujets, de l'actualité en cours. Dans le cas du candidat Donald J. Trump à la primaire républicaine, Major Garrett (NBC), Katy Tur (MSNBC), Jim Acosta (CNN), John Roberts (Fox News), Tom Llamas (ABC), entre autres, furent désignés pour le couvrir et le questionner jusqu'à sa nomination en Juillet 2016.

² Dans la tradition électorale américaine, l'attention apportée aux sondages est réelle ; ainsi les candidats Rick Perry, Bobby Jindal, George Pataki et Jim Gilmore ont suspendu leur campagne avant même la tenue des premiers scrutins, invoquant explicitement leurs performances insuffisantes dans les sondages.

études menées par Patterson à ce sujet sont éloquentes ; aucun autre candidat n'a bénéficié d'une plus grande couverture médiatique que Donald Trump durant les primaires³.

Comme toute campagne électorale où sont convoqués l'affect et l'émotion, on observe traditionnellement des discours emprunts de formules inspirées par le besoin de convaincre, la nécessité de déprécier le concurrent et la volonté de se démarquer des nombreux candidats en lice. Il n'est donc pas extraordinaire que la polémique soit elle aussi conviée au débat et alimente les conversations. Dans le cadre de cette primaire, cependant, la couverture médiatique a eu tendance à « favoriser de façon disproportionnée ce versant polémique plutôt que le débat de fond » (Patterson, 2016b, p.7). Ce constat est d'autant plus interpellant lorsque l'on connaît la relation brutale que Trump a entretenu avec les médias politiques durant la primaire. Dans son ouvrage de campagne *Crippled America* (2015), Trump parle d'une presse « malhonnête », qui « par besoin d'attention et en raison de la compétition, est plus intéressée à divertir qu'à informer l'audience » (2015, p. 17). Ainsi, le parcours des primaires de Trump sera jalonné de conflits de personnalités avec des journalistes de différents groupes de presse, de chaînes de télévision, de consultants, de commentateurs.

L'analyse du discours politique est une pratique répandue dans le domaine scientifique. Des études sociologiques, en anthropologie sociale, en communication, en histoire, en sciences politiques témoignent de la multiplicité des approches possibles. La presse, par ailleurs, accomplit déjà cette tâche d'analyse du discours politique, en faisant le choix de relater, en commentant, en interprétant. Ce qui distingue le projet scientifique du chercheur avec le travail quotidien du journaliste, c'est la capacité à déceler dans le discours une portée autre qu'instantanée. Au-delà de la petite phrase qui fait la une de la presse écrite et suscite l'émotion immédiate de l'audience, en quoi son emploi peut-elle servir la cause du locuteur à un moment donné plutôt qu'un autre ? Quelles réalités sociales, vécues ou perçues par l'audience, facilitent sa réceptivité ? Quel contexte politique a favorisé sa médiatisation ?

³ Il convient de noter que l'étude de Patterson (2016a) s'appuie sur des milliers de documents d'information émanant de CBS News, Fox News Network, Los Angeles Times, NBC, The New York Times, USA Today, The Wall Street Journal et The Washington Post.

Telles sont les questions auxquelles le chercheur, destiné à analyser la discours politique, se doit d'apporter des réponses.

Ainsi, l'objectif de ce travail sera d'analyser la campagne des primaires de Donald Trump dans sa dimension discursive, en proposant *une* interprétation des réalités performatives que cette dernière présente. Précisément, la démarche poursuivie par le présent travail ambitionne d'apporter des éléments de réponse à la question de recherche suivante : « *En quoi le discours politique peut-il présenter une réalité performative dans le cadre d'une campagne électorale ?* ». Il ne sera pas question, ainsi, de tenter d'établir un lien entre les pratiques discursives et son efficience. En d'autres termes, l'objectif de ce travail n'est pas d'expliquer si c'est *grâce à* ou *malgré* ces pratiques discursives que le candidat Donald Trump est parvenu à décrocher l'investiture.

En terme de structure, le travail s'articulera d'abord par une mise en lumière de la littérature scientifique existante traitant du discours politique. À partir des observations, l'objectif sera de dégager une définition du discours politique et de cerner les propriétés sociologiques, politiques et de communication qui l'entourent. Dans un second temps, il sera question d'une restitution des approches méthodologiques auxquelles le chercheur peut faire appel pour procéder à une analyse du discours politique. Enfin, une troisième partie sera consacrée à l'analyse d'extraits et de phénomènes discursifs avec l'optique d'en déceler leur réalité performative.

I. LE DISCOURS POLITIQUE

1. Définitions et portée

1.1. La triple dimension du discours politique

Se pencher sur la question du « discours politique » exige en premier lieu de s'accorder sur ce qui peut être considéré comme faisant partie du « discours politique ». Autrement dit, existe-t-il des critères permettant de déterminer lorsqu'une expression verbale ou textuelle peut être englobée dans un ensemble appelé « discours politique » ? La littérature scientifique existante traitant de cette question, comme le rappellent Burger, Jacquin et Micheli (2011, p.10), n'apporte pas de réponse précise quant à l'existence de tels critères. Les travaux de Brian McNair (2003), en revanche, ont permis la construction d'une définition à trois dimensions du discours politique qu'il interprète comme « communication intentionnelle traitant de politique⁴ » (2003, p.4). La triple dimension de sa définition recouvre toutes les expressions de communication politique qu'il estime appartenir au concept de « discours politique » ;

- « 1. Toute forme de communication entreprise *par* des politiciens ou d'autres acteurs politiques dans le but d'accomplir des objectifs spécifiques.
2. La communication adressée à ces acteurs par des non-politiciens tels que les électeurs et les éditorialistes.
3. La communication *à propos* de ces acteurs et de leurs activités, telle que présentée dans les bulletins d'information, les éditoriaux ou d'autres formes de conversation politique dans les médias » (McNair, 2003, p.4)⁵

McNair poursuit en précisant qu'il exclut de sa définition « toute communication politique interpersonnelle » (2003, p.4), et cette nuance est d'une importance majeure pour

⁴ *Purposeful communication about politics*. Le caractère intentionnel (*purposeful*) sur lequel McNair insiste soutient la thèse que le discours est politique, non seulement sur base du locuteur qui produit ce discours (acteur politique) mais aussi sur le contenu et le but.

⁵ Voir Annexe 1

toute étude destinée à analyser le discours politique. Elle exclut du concept de « discours politique » toute discussion à caractère politique qui échapperait à l'analyse du chercheur, telles que les négociations de gouvernement à huis clos ou les entretiens *off the record* avec les journalistes. La tâche du chercheur serait bien plus âpre s'il devait considérer toutes les productions verbales, les conversations, les discussions, même les plus informelles, comme faisant partie du spectre analysable du « discours politique », aux seuls motifs qu'elles traitent de politique ou qu'elles émanent d'acteurs politiques.

Ainsi, la définition que propose McNair du discours politique ne conçoit pas la paternité de ce type de discours aux seuls acteurs politiques, rémunérés pour leurs activités, candidats à des élections, nommés ou désignés pour occuper des postes de gouvernance. McNair considère que toute communication *à propos* (cf. §3 McNair) de ces acteurs politiques, de leurs activités, émanant des médias par exemple, constitue une production de discours politique. Il considère en outre que toute communication *adressée* à ces acteurs (cf. §2 McNair), par les citoyens par exemple, est source de discours politique. Autrement dit, le spectre d'auteurs du discours politique représente un ensemble particulièrement large ; les acteurs politiques, les citoyens, les groupes de pression, les organisations, les institutions, et tout autre participant au processus politique.

1.2. La notion de contexte

En plus de cette définition fournie par McNair, il convient d'insister sur l'importance du contexte afin de déterminer si une parole détient une fonction ou une implication politique (van Dijk, 1998, p.14). Des événements comme le débat télévisé, le meeting de campagne, un conseil des ministres ou une interview peuvent présenter une implication politique et les paroles prononcées peuvent dès lors être considérées comme appartenant au champ du discours politique. La nuance qu'apporte la notion de contexte dans l'étude du discours politique précise que bien que les expressions émanant des participants au processus politique détiennent une implication politique, toutes leurs expressions ne sont pas toujours politiques.

Concrètement, les expressions d'un député au sein d'une commission peuvent être étudiées comme appartenant au champ du discours politique en raison des paramètres

propices à un cadre politisé ; débat d'idées, promulgation des lois, orientation de la gouvernance ou du projet de société. Malgré tout il est possible que ce député, bien qu'acteur politisé et donc participant au processus politique, puisse produire à un moment donné, dans un contexte défini, des expressions à exclure du discours politique. Tout simplement car les paramètres de contexte ne relèvent pas du domaine politique. Avant d'aller plus loin, il convient de se pencher sur le sens que l'on attribue à ce domaine dit « politique », et les possibles acceptions qu'il présente.

1.3. Le domaine « politique »

Au cours du processus de définition du discours politique, il a été logiquement question à plusieurs reprises du concept « politique ». Définir le concept de « politique » constitue un exercice épineux, car la science qui lui est dédiée lui attribue plusieurs connotations et usages, sujets à une constante évolution dans le temps et l'espace (Balzacq et al., 2014, p. 28). Si l'on en revient à l'étymologie grecque du terme, *politikos* renvoie à ce qui a trait à la « cité » (*polis*), ce que l'on considérerait aujourd'hui comme l'État en tant que communauté organisée et sur laquelle un pouvoir suprême s'exerce. La relation qui lie les notions de communauté et de pouvoir a été caractérisée par plusieurs auteurs de référence en sciences politique. Le sociologue allemand Max Weber associe ces deux notions selon une logique de domination par la violence légitime (Weber, 1922/2003, pp. 96-97). Aristote, quant à lui, met davantage l'accent sur l'aspect collectif de « l'association » volontaire des individus qui régissent leurs actions pour le bien de la communauté qu'ils ont eux-même formé (Barthélémy-Saint-Hilaire, 1874/2008, p. 9).

Si le concept « politique » semble désigner une relation entre la communauté et le pouvoir, il convient de s'interroger sur ce qui peut être considéré comme étant « politique ». Deux visions en la matière proposent une approche relativement différente l'une de l'autre. Une première, maximaliste, considère que *tout* est politique « puisque le pouvoir est partout » (Crozier et al., 1977, p. 26). Une autre, plus nuancée, détermine que tout n'est pas politique mais peut potentiellement le devenir. En fonction de « la représentation qu'a la société d'une situation et du sens qu'elle donne à une activité », il est possible d'adosser un caractère

politique à n'importe quel phénomène (Balzacq et al., 2014, p. 37). Par exemple, un évènement sportif comme les Jeux olympiques d'hiver ne revêt pas à l'origine de caractère politique. Mais il s'avère que ce rassemblement de nations autour de l'activité sportive peut constituer un acte politique, comme en témoigne l'exemple de l'édition 2018 et du rapprochement entre les délégations coréennes du Nord et du Sud. Le rassemblement sportif a ainsi mué en rapprochement diplomatique.

En résumé, le concept de « politique » détient plusieurs acceptions en fonction de son usage. Un consensus sur la racine du terme accorde au concept les phénomènes de communauté d'hommes du pouvoir qui s'exerce sur celle-ci, de l'État, et les relations qui les mettent en branle. Pour ce qui peut être considéré comme étant « politique », il existe plusieurs postures dans l'approche des phénomènes sociaux. Une maximaliste, qui estime que tout est politique, et une autre plus relativiste, qui octroie à tout phénomène la capacité d'être politique, sans pour autant l'être à tout moment, en toutes circonstances.

2. Propriétés du discours politique

La définition du discours politique a permis de mettre en évidence que son occurrence pouvait provenir d'un ensemble particulièrement large d'acteurs, que leurs expressions pouvaient détenir une implication politique selon un contexte donné. Le présent travail se penche sur l'étude du discours émanant d'un candidat à une élection, donc participant à un contexte politique et dont l'expression remplit un objectif spécifique : défendre ses idées, présenter son projet, dénigrer ses adversaires, tout cela en fin de compte dans le but de se faire élire.

Ainsi, le postulat sur lequel ce travail s'appuie considère le discours comme instrument de stratégie politique pour le candidat dans sa quête de l'obtention du pouvoir. Ce qui revient, en somme, à supposer un lien entre discours, action et pouvoir. Mais avant d'essayer de comprendre comment cette relation s'établit dans le discours politique, il faut préciser de quel processus de communication il s'agit. McNair parlait d'une « forme de communication (...) » dans la définition du discours politique susmentionnée. Mais de quelle forme de communication s'agit-il ? S'agit-il d'une interaction où les participants occupent un même rôle dans l'échange ? Quels facteurs contribuent à un meilleur « positionnement » du locuteur ? Voici les questions auxquelles la suite du présent chapitre va tenter d'apporter des éléments de réponses.

2.1. Communiquer par la persuasion

Dans le cadre d'une situation impliquant un acteur politique en période de campagne et une audience qu'il ambitionne de convaincre, le locuteur va entreprendre une communication (un acte langagier, ce que l'on considère comme étant le « discours politique ») pour parvenir à accomplir un objectif (cf. définition de McNair). Si l'on en revient aux fondements de la communication et le modèle mathématique de Shannon et Weaver (1948), on peut considérer que cette relation du locuteur avec l'audience est une situation de communication (Figure 1) au cours de laquelle un émetteur (Le candidat C) va délivrer un message (Projet P) à un récepteur (Audience A). Au cours de cette interaction, plusieurs facteurs vont influencer la réceptivité du message ; la notion de bruit qui va

perturber la transmission de l'information ainsi que les référents partagés (ou non) par les protagonistes de l'échange (Rioul, 2018, p.2).

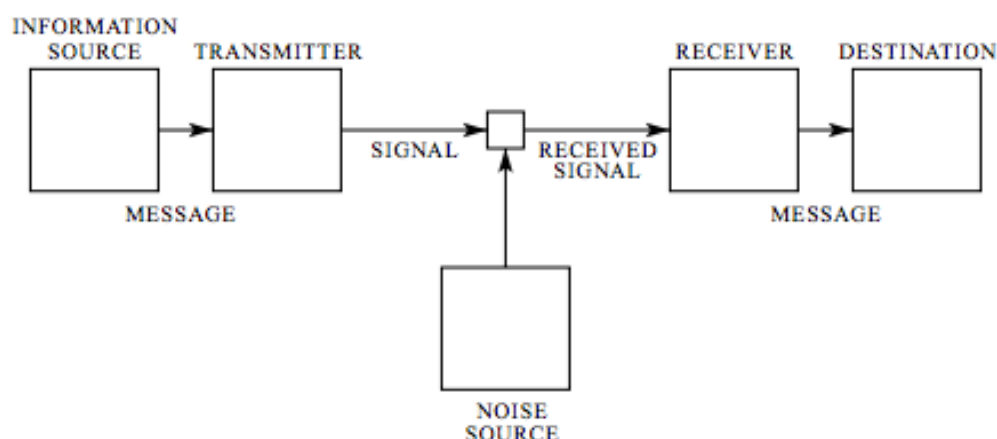


Figure 1: Diagramme schématisé du système de communication selon Shannon et al. (Rioul, 2018, p. 2)

En outre, le modèle de Harold Laswell (1948) (Figure 2) entrevoit la communication comme un processus d'influence, par la persuasion, selon un principe fondamental dit des cinq W : *“Who (1) says What (2) to Whom (3) in Which channel (4) with What effect (5) ?”*⁶ (Laswell, 1948, p. 117). Sachant que ce modèle linéaire néglige la notion de feedback introduite par Wiener (1950) et présente ainsi le récepteur comme figure passive de cette situation de communication, et qu'il a par ailleurs servi de modèle aux études en publicité, en marketing et en propagande, en quoi est-il pertinent pour notre objet d'étude ? Plusieurs auteurs ont établi un parallèle entre l'acteur politique, candidat en campagne et devant promouvoir son projet, et une marque chargée de présenter les bienfaits du produit qu'elle souhaite vendre au consommateur par le biais de la publicité (Ausina, 1987, p. 3 ; André, 2014, p. 17). Ainsi, l'acteur politique candidat à une élection a pour mission de promouvoir un produit, à savoir son projet, afin de le vendre à un public, une audience d'électeurs potentiels. Ces modèles de communication de Shannon et Wiener et de Laswell trouvent toujours écho dans les médias contemporains et peuvent ainsi servir de référence aux études de phénomènes de communication de masse actuels (Wenxiu, 2015, p. 248).

⁶ *Qui (1) dit Quoi (2) à Qui (3) par Quel canal (4) et avec Quels effets (5)*

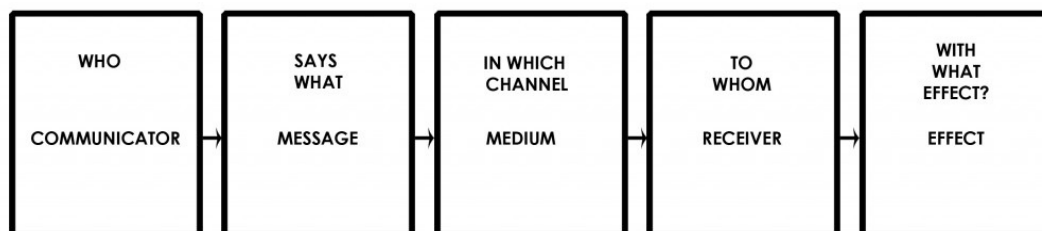


Figure 2: Diagramme schématique du système de communication selon H. Laswell (1948, p. 117)

Ainsi, si ces modèles de référence peuvent servir d'appui à l'étude de phénomènes de communication de masse tel que le discours politique d'un candidat à une audience d'électeurs potentiels, ils peuvent être complétés d'une notion « d'expérience » introduite par Wilbur Schramm (1951), et qui prend en compte les caractéristiques communes de l'émetteur et du récepteur dans l'échange. Selon lui, une bonne compréhension du message envoyé par l'émetteur ne peut se faire sans l'existence d'un champ d'expérience commun aux deux pôles de l'échange. Autrement dit, l'émetteur et le récepteur (le candidat et l'audience) présentent chacun des champs d'expérience, des représentations qui leur sont propres et lorsque ceux-ci se rencontrent, il peut y avoir compréhension (Heinderyckx, 1999, pp. 41-43).

Le caractère stratégique du discours politique est déterminé par la dynamique persuasive que présente Schramm : « en situation de diffusion (...), il faut construire les messages avec prudence afin qu'ils se situent dans le champ d'expérience commune du plus grand nombre d'individus auquel on entend s'adresser » (Heinderyckx, 1999, p. 41). Concrètement, lorsqu'un candidat à l'investiture aspire à convaincre une audience lors d'un meeting dans l'Utah, il doit prendre en compte le « champ d'expérience » de celle-ci. Sachant que la composante majoritaire de l'électorat de l'Utah est chrétienne (70%)⁷ et octroie une place importante à la religion, le candidat devra entreprendre d'aborder des thèmes au centre des préoccupations spécifiques à cet État (en abordant la question religieuse et les problématiques telle que l'avortement) de sorte à ce que le public interprétant se reconnaisse

⁷ Chiffres Pew Research Center de mai 2014

dans les représentations énoncées par le locuteur. De fait, par cette affirmation, il revient à présenter le discours politique en tant qu'outil de persuasion.

En résumé, la visée de communication du discours politique, dans le cadre d'un échange entre un acteur politique en campagne et l'audience d'électeurs potentiels, est persuasive. Pour rappel, le locuteur va chercher à convaincre le potentiel électeur que son projet et les idées qu'il défend sont meilleurs que ceux de ses adversaires. Cette conception de la communication par influence est semblable à celle employée par les campagnes publicitaires et les procédés en marketing. L'acteur politique, cherchant à vendre son projet, devra pour cela procéder par une production raisonnée de son message, et prendre en compte des facteurs pouvant affecter la bonne réceptivité de celui-ci ; le bruit (éléments extérieurs perturbant la transmission du message) et les représentations partagées (un champ d'expérience commune aux deux protagonistes de l'échange).

2.2. La capacité d'action du discours

Considérer le discours politique comme outil de persuasion dans la quête de l'obtention du pouvoir revient à sous-entendre une relation entre discours, action et pouvoir. C'est l'hypothèse émise par le linguiste Patrick Charaudeau : « le discours politique n'a de sens hors de l'action (...) et que dans l'action se joue l'exercice d'un pouvoir » (Charaudeau, 2011, p. 2). Tout discours politique, et de façon plus générale tout acte de langage, est une forme d'agir sur l'autre. On vient de le voir, la relation d'influence qui existe entre l'émetteur (acteur politique) et le récepteur (citoyen électeur potentiel) se produit selon un objectif précis : convaincre par la persuasion. Il a en outre été question que le locuteur, produisant le message, doit tenir compte des représentations du monde et des valeurs véhiculées dans la société pour que le récepteur puisse se reconnaître dans les idées qui lui sont transmises, et à terme, y adhérer. Le sujet parlant s'adresse au sujet interprétant et adosse au langage une capacité d'action : « celle de lui faire faire, le faire agir et le faire penser » (Charaudeau, 2011, p. 2).

Cette capacité d'action du langage (du discours politique) conçoit le rapport de communication développé plus haut comme inégal : l'émetteur (le candidat en campagne)

cherche à exercer une influence sur le récepteur (l'audience de potentiels électeurs) dans le but d'accomplir un objectif (rallier son projet). On peut alors considérer qu'il existe une asymétrie dans cette interaction, l'émetteur détenant une capacité d'action (par le discours politique) et donc un certain pouvoir sur le récepteur. En fin de compte, cette conception du discours politique renvoie au modèle d'Aristote, qui faisait de la rhétorique « l'art de convaincre » selon une conjugaison raisonnée de trois éléments ; (i) le *logos*, ou le message porté par l'argumentation, (ii) le *pathos* ou la séduction employée sur l'audience, et (iii) l'*ethos* ou les caractéristiques du sujet parlant (Fidel Corcuera et al., 2017, p. 47).

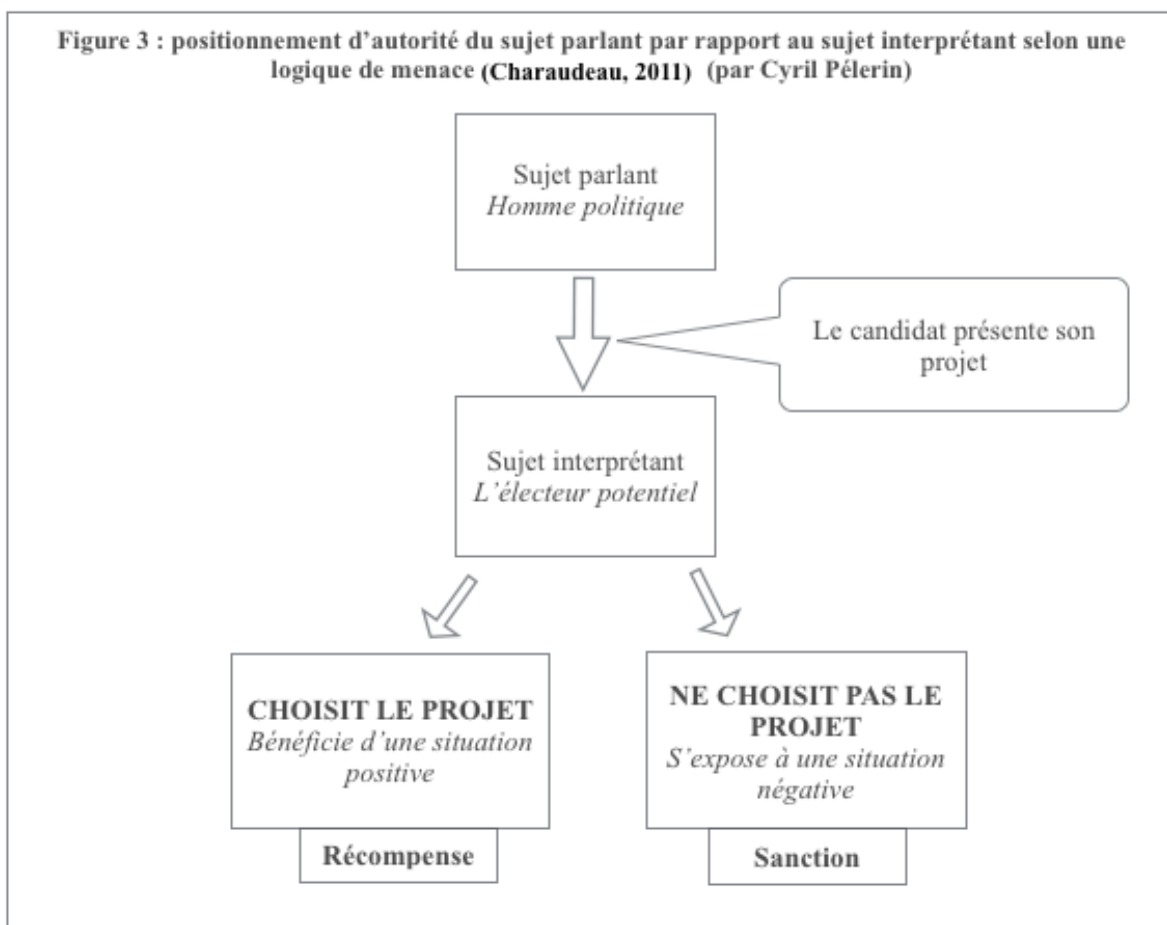
Pour que cette capacité d'action acquière une certaine force, et que le projet d'influence par la persuasion soit suivi d'effet, Charaudeau a identifié une stratégie propre au discours politique : « profitant » de cette asymétrie dans l'échange, le candidat en campagne peut, par l'intronisation d'une menace, faire asseoir sa position dominante dans l'échange (Charaudeau, 2011, p.2).

2.3. Le positionnement du locuteur

Le discours politique, outil de stratégie du candidat en campagne, repose sur un rapport de communication convoquant une logique d'influence par la persuasion. La notion de menace, introduite par Charaudeau, est une manifestation concrète de l'aspect stratégique du discours : le candidat, sujet parlant, va se positionner comme dominant dans l'échange, et l'audience, sujet interprétant, comme dominé.

Le candidat, porteur d'un projet, va présenter un dilemme (Figure 3) à l'audience qu'il souhaite convaincre ; il va faire le portrait d'une situation bénéfique pour le citoyen si son projet était choisi et va, à l'inverse, dépeindre une situation négative qui mettrait à mal la condition des citoyens si le projet d'un concurrent était plébiscité. C'est grâce à cette dynamique de menace que sera conférée une certaine autorité au candidat dans l'échange ; une relation de pouvoir se dessine ainsi entre celui qui détient le projet et les bienfaits qu'il présente et celui qui a le choix d'y souscrire ou non, sachant que son intérêt est en jeu.

Figure 3 : positionnement d'autorité du sujet parlant par rapport au sujet interprétant selon une logique de menace (Charaudeau, 2011) (par Cyril Pélerin)



Cette position de soumission du potentiel votant à l'acteur politique dans cette relation de communication pose la question de la légitimité de celui qui s'exprime ; là encore, un parallèle peut être fait avec le modèle triangulaire de la rhétorique posé par Aristote. Cette légitimité (*ethos*), qui va permettre à l'acteur politique d'être écouté dans sa quête de convaincre l'audience, elle peut faire l'objet d'un travail, à la fois sur des éléments qui sont propres au locuteur mais aussi sur des facteurs qui lui sont extrinsèques. Pour illustrer ce propos, l'exemple concret de la politique américaine sera utilisé ci-après.

2.4. La légitimité du sujet parlant

La dynamique d'autorité introduite par le schéma ci-dessus ne saurait prendre forme si l'électeur potentiel ne reconnaît pas à son orateur la légitimité de porter un projet pouvant mener à une situation favorable. Concrètement, dans le système politique américain, un moyen d'acquérir une certaine légitimité est la reconnaissance du parti sous les couleurs duquel le candidat a exprimé sa volonté d'accéder à la gouvernance : *l'endorsement* (Pal, 2019, p. 5). Ainsi, parmi la pléthore de candidats proposés aux électeurs, certains peuvent détenir une force de parole renforcée par le soutien d'un Président sortant par exemple, d'un membre de l'exécutif, d'une personnalité connue, d'un concurrent à la primaire défait, d'un chef d'Etat étranger, d'une organisation comme la NRA⁸. L'endorsement, ou le ralliement à un projet, permet au candidat qui en bénéficie d'adosser à ses idées une certaine crédibilité, en plus de la légitimité générée par le parti (Larson, 1992, p. 273 ; Denton, 2002, p. 109). En revanche, il se peut qu'un ralliement provoque l'effet contraire, et nuire à la réputation du candidat qui par exemple recevrait le soutien d'une organisation suprémaciste raciale comme le Ku Klux Klan (KKK) (Choper, 2002, p. 517).

Par cet exemple de la tradition politique américaine de *l'endorsement*, la question de la construction d'un *ethos* est posée. Aristote présentait l'*ethos*, dans la rhétorique, comme « la façon dont on construit son discours, à donner une image de soi capable de convaincre l'auditoire en gagnant sa confiance » (Maingueneau, 2002, p. 1). Mais cette conception de l'*ethos* relative à l'énonciation d'un discours seule est incomplète : il existe des facteurs extérieurs au discours qui peuvent contribuer à la construction d'un *ethos* (Maingueneau, 2008, pp. 32-34). L'image de l'acteur politique n'est ainsi pas seulement le fruit de son discours, « elle est légitimée par d'autres, qui “témoignent” en sa faveur » (Mesti et al., 2015, p. 9).

Ainsi, il existe d'autres paramètres — indépendants de la rhétorique employée — qui peuvent être vecteurs de légitimité et qui permettront à l'orateur politique d'adosser à son discours une certaine force de crédibilité. Par ailleurs, plusieurs auteurs se sont penché sur la relation qui lie cette notion de légitimité avec la question de la construction de l'*ethos* ;

⁸ National Rifle Association

- (i) Un acteur politique peut détenir un certain charisme et se forger un statut de leader, bien qu'il puisse cependant le perdre (Charaudeau, 2015, p. 42),
- (ii) Un candidat détenant une expérience de la gouvernance et ayant développé une expertise, un savoir-faire, pourra se faire reconnaître une certaine compétence, ce que Max Weber décrit comme une « légitimité rationnelle » (Weber, 1922/2003, p. 351),
- (iii) Un acteur politique se réclamant issu du collectif et s'estimant alors être le mieux placé pour le représenter dans le système démocratique (Arnesen, 2017, p 875).

En résumé, la capacité du discours à agir sur l'autre nécessite chez l'orateur — à savoir l'acteur politique, par exemple le candidat à une élection — la reconnaissance par son audience d'une certaine légitimité. Cette légitimité, elle peut provenir de paramètres extrinsèques au discours et aux stratégies de rhéoriques, comme par exemple l'investissement d'un parti politique et l'embrassement d'une idéologie ou encore le soutien de personnalités influentes. Elle peut aussi trouver sa source dans des paramètres propres à l'orateur, comme les aspects de sa personnalité, son expérience et son expertise reconnue ou encore la capacité à se présenter comme un représentant du collectif dont il souhaite défendre les intérêts.

II. ANALYSER LE DISCOURS POLITIQUE

1. Les enjeux

Au cours de l'exploration de théories du discours politique, il a plusieurs fois été question de la dimension pluridisciplinaire du discours, qu'il s'agisse des propriétés langagières qu'il recèle, de l'implication politique qu'il peut présenter, ou encore des réalités sociales qu'il définit. L'analyse du discours politique n'est donc pas l'exclusive des politologues, comme elle n'est pas l'exclusive de linguistes, d'anthropologues ou de communicants. On dénombre ainsi des études traitant — entre autres — d'enjeux politico-médiatiques (Burger et al., 2011), des dynamiques de structures syntaxiques et langagières (Delmas, 2012 ; Micheli, 2013), ou encore de processus et de représentations cognitives (Tenbrink, 2015). Entreprendre une analyse du discours politique ne consiste ainsi pas en une méthodologie définie comme peut l'être l'analyse qualitative de contenu, « mais en une nouvelle discipline transversale à part entière » (van Dijk, 2001, p. 37). Il y a dès lors lieu de s'interroger sur qu'apporte une telle analyse, dans le domaine des sciences politiques, dans la compréhension du processus politique.

L'un des enjeux de l'analyse du discours à implication politique est d'attribuer au langage des présupposés idéologiques (van Dijk, 2001, p. 23), mais aussi de comprendre ce qui « rend possible, justifie et transforme l'action politique » (Charaudeau, 2002). À titre d'exemple, des travaux portant sur les discours prononcés par Nicolas Sarkozy ont mis en lumière la capacité du langage à faire transparaître des appréciations, des représentations des comportements humains, et par là même, cerner les traits idéologiques du candidat à l'élection présidentielle française en 2012 (Delmas, 2012 ; Mayaffre, 2012). De cette façon, on constate la mise en relation du langage et de l'action telle que présentée par Charaudeau : le langage détient une capacité d'action, celle de construire une opinion, une appréciation, un jugement sur la réalité, celle de *réaliser* le propos. Par le discours politique, il est dès lors possible de construire l'action politique, et par son analyse, de la comprendre (van Dijk, 2001, p. 21). En outre, l'analyse du discours politique permet d'élucider les relations de pouvoir d'un contexte historique, social et politique donné, si l'on admet que le discours (et

de manière plus générale, le langage) est une composante des relations sociales, et donc outil de la construction sociale. Dans ce sens, l'analyse du discours politique ne se limite pas (seulement) à des considérations d'ordre sémantique.

Enfin, il convient de noter que la question de l'analyse du discours politique ne peut être celle d'une appréciation du pouvoir de vérité qu'il présente. L'étude des phénomènes sociaux, dans le cadre de travaux en sciences humaines et sociales, n'ambitionne pas de déceler une vérité unique et universelle, ou une exactitude dans la pensée, dans l'idéologie développée, dans la conception du monde (Schaff, 1961, p. 48). Il n'est pas non plus question d'une étude objective des faits, mais plutôt d'une objectivisation des faits telle que le sociologue l'entreprend (Maillochon, 2015, p. 1).

2. Approches méthodologiques

D'un point de vue méthodologique, on recense aujourd'hui plusieurs démarches d'analyse du discours politique dans la littérature scientifique. Chacune d'elles détient une fonction spécifique, et il est même parfois question d'une combinaison de celles-ci afin d'en enrichir l'analyse ;

(i) une analyse lexicométrique, qui suivant une démarche quantitative de traitement de données textuelles permet une interprétation sémantique des statistiques, par exemple par le phénomène de cooccurrence⁹ (Fiala, 1994, pp. 113-120),

(ii) dès lors que l'on reconnaît au discours politique une ambition persuasive, il est question d'une analyse argumentative des positionnements idéologiques du locuteur, d'une mise en lumière des raisonnements suivis par celui-ci, par la constitution d'un corpus textuel (Amossy, 2008, pp. 41-43),

(iii) une analyse pluridimensionnelle qui conjugue à la fois la dimension sémantique, énonciative et interactive du discours dans le but de dégager une relation dans les unités discursives relevées et d'y adosser un sens (Delmas, 2012, pp. 20-37).

⁹ Voir les travaux de Lafon (1981)

Ainsi, il existe une multiplicité d'approches possibles dans l'analyse du discours, qu'il détienne une implication politique ou non. La « difficulté à circonscrire le champ d'analyse du discours politique » autorise le chercheur à disposer d'une certaine liberté dans le choix des outils qu'il entend employer en termes méthodologiques (Delmas, 2012, p. 7). Nonobstant, plusieurs auteurs ont tenté d'établir une école¹⁰ d'analyse du discours en général, et l'analyse du discours politique en particulier, selon un modèle d'« analyse critique du discours » (*Critical Discourse Analysis*, CDA).

2.1. Analyse qualitative par le *Critical Discourse Analysis* (CDA)

L'analyse critique du discours (CDA) est une démarche établie par Ruth Wodak, Teun van Dijk et Norman Fairclough qui se penche sur la relation entre discours, pouvoir et idéologie. Ils considèrent que les pratiques discursives « détiennent des effets idéologiques, en ce qu'ils produisent ou reproduisent des relations de pouvoir inégales entre classes sociales, hommes et femmes, majorités et minorités ethniques/culturelles, à travers leurs représentations (...) » (Wodak, et al., 2008, p. 6). Cette conception des phénomènes discursifs s'inscrit dans l'idée d'un discours comme outil de construction sociale, énoncée plus haut.

Spécifiquement, le CDA aspire à une analyse tridimensionnelle (Figure 4) telle que définie par Fairclough (2001, p. 25). D'abord, par une analyse descriptive du texte, le chercheur se penche sur les aspects grammaticaux, lexicaux et syntaxiques que celui-ci présente. Dans un second temps, le chercheur va interpréter la signification de ce texte dans la situation de communication définie, autrement dit, il va apporter une dimension sémantique à la description qu'il vient d'opérer. Enfin, le chercheur va replacer l'emploi du texte et sa signification dans un contexte socio-culturel. La notion de contexte, considérée dans l'analyse comme « cruciale » (Wodak et al., 2008, p. 5), avait déjà fait l'objet d'une attention particulière dans l'établissement de la définition du discours politique (voir section 1.2).

¹⁰ Wodak et al. (2008) réfutent la conception du CDA en tant que théorie commune et unique de l'analyse du discours ; ils prétendent plutôt l'établissement d'une école (ou programme) de l'analyse du discours (*school of CDA*), sur lesquels les chercheurs peuvent s'appuyer, et dont les principes font constamment l'objet de changements dans le temps (Wodak et al., 2008, p. 5)

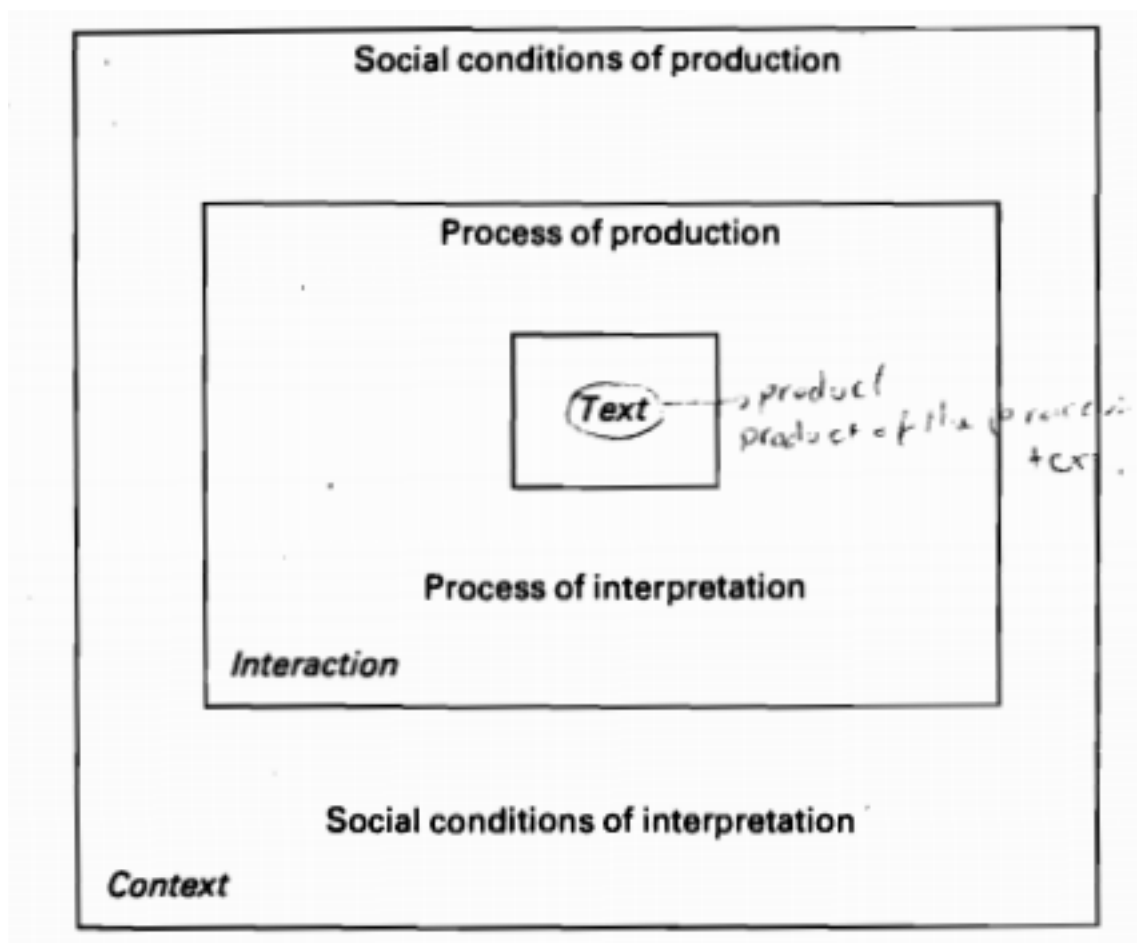


Figure 4: Schéma tridimensionnel de l'analyse critique du discours selon Fairclough (2001, p. 25)

Le terme « critique » (*Critical*) renvoie à une notion de « distance du chercheur vis-à-vis des données étudiées », en identifiant le contexte social dans lequel celles-ci ont émergé, en clarifiant le positionnement politique des protagonistes de l'échange et en réalisant une auto-réflexion continue lors du travail de recherche (Reisigl et al., 2009, p. 87). Suivant cette conception de la notion de « critique », le chercheur se consacrera à une interprétation immanente¹¹ du discours afin de déceler des contradictions, des incohérences, des paradoxes ou des constantes, et en la complétant par l'étude de la force perlocutoire que détiennent ces pratiques discursives.

¹¹ Par *immanent*, il faut entendre ce qui a trait à l'étude linguistique qui ne fait pas intervenir des phénomènes externes (psychologiques, historiques, etc.) (cf. Larousse)

Ainsi, il s'agit bien d'une approche analytique qualitative pour décrire, analyser et interpréter de façon critique des phénomènes discursifs. Des études récentes ont insisté sur l'importance croissante de cet outil pour les travaux d'analyse qualitative de communication (voir Reynolds, 2018). Cette méthode du CDA sert, comme évoqué précédemment, à l'étude de phénomènes discursifs en général, mais il a souvent été utilisé dans le domaine politique, par exemple dans l'étude de débats parlementaires, de campagnes électorales ainsi que des discours en tant que lutte idéologique entre acteurs politiques¹².

L'analyse du discours doit répondre à deux conditions scientifiques préalables ; l'une méthodologique, qui vient d'être évoquée, et l'autre matérielle (Mayaffre, 2012, p. 20). Il ne peut y avoir d'analyse de discours sans données textuelles, sans un matériel linguistique. Dans la discipline de l'analyse du discours, le chercheur peut avoir recours à la constitution d'un recueil de textes, sous la forme d'un *corpus*.

2.2. Constitution d'un corpus textuel

Il est évident qu'une analyse exhaustive de toutes les données disponibles sur le discours politique d'un acteur en particulier représenterait une charge de travail conséquente pour le chercheur. Il appartient donc au chercheur de *clôre*¹³ son corpus textuel de façon pertinente selon son objet de recherche. En outre, Baker (2006) précise que la taille du corpus n'importe pas, car les études du discours requièrent « une approche sélective et spécifique » et que l'attention du chercheur doit avant tout porter « sur la qualité des données plutôt que la quantité » (Baker, 2006, p. 27). C'est bien la compréhension des phénomènes discursifs observés et leurs subtilités idéologiques, plutôt que la représentativité des extraits sélectionnés, qui doit conduire la démarche du chercheur. De façon plus générale, dans toute démarche qualitative, et ce pour des questions de temps et de moyens, la procédure d'échantillonnage est toujours sujette à une certaine flexibilité (Glaser et al., 2010, p.161).

¹² À titre d'exemple, voir les travaux de van Dijk (1993) qui propose une analyse de sessions parlementaires sur des affaires ethniques au Royaume-Uni ou de Michira (2013) sur la campagne présidentielle au Kenya

¹³ Mayaffre (2005, p. 16) parle d'une clôture systématique du corpus, bien que celle-ci puisse être provisoire

Parmi les avantages méthodologiques que confère le corpus textuel dans le cadre d'une analyse du discours, il y a la réduction du risque de biais (Baker, 2006, p. 10). Le chercheur peut être sujet à des biais dits cognitifs, comme par exemple la constante nécessité d'être objectif, l'influence de l'idéologie et de l'expérience personnelle. Il demeure néanmoins une certaine limite à cette restriction de biais, car comme évoqué plus tôt, il y a la liberté pour le chercheur d'être sélectif dans la composition de son corpus. Et une fois venue le temps des observations et de l'analyse, « il peut éluder les résultats qui n'iraient pas dans le sens de l'hypothèse initiale formulée » (Baker, 2006, p. 12).

3. Limites

L'analyse du discours politique relève d'une certaine ambition. Une difficulté majeure pour un travail qui présenterait des restrictions en terme de pagination et de mots réside dans la concision des observations et des résultats de recherche (Baker, 2006, p.11). Le chercheur doit ainsi canaliser sa démarche afin de ne pas être contrecarré par une masse importante de données empiriques. Pour pallier cet écueil, il peut constituer un corpus textuel *clos* et ainsi définir un spectre textuel raisonnablement analysable.

Mais au-delà de la conséquence des données traitées, la question de l'existence de biais représente un obstacle omniprésent pour le chercheur. L'idée d'une absence totale de biais constitue un vœu pieux, en sciences politiques comme en sciences sociales, de par la constante influence de l'expérience personnelle ou du contexte médiatique. Et ce travail, malgré les efforts fournis, peut y être sujet.

III. ANALYSE DU CORPUS DE DONALD TRUMP

1. Constitution du corpus

Chacun des discours prononcés par Donald Trump durant la primaire républicaine de 2016 est recensé sur le site internet www.factba.se/trump. Créée en 2017, la société FactSquared Inc se propose de recueillir chacune des interventions médiatiques de Donald Trump afin de constituer un outil de recherche pour les études médiatiques, politiques et financières. Pour chaque intervention, l'outil propose une vidéo et une transcription automatique¹⁴ de celle-ci.

Dans le détail, le corpus du candidat Donald Trump que le présent travail se propose d'étudier rassemble les 186 meetings¹⁵ (*rallies*) au cours desquels il a prononcé un discours, onze des douze débats télévisés dédiés à la primaire républicaine de 2016 auxquels il a participé, et diffusés sur les plus grandes chaînes américaines¹⁶, plusieurs interviews, *town halls*¹⁷ et conférences de presse. Pour le candidat Donald Trump, la primaire républicaine commence le 16 juin 2015 à l'annonce officielle de sa candidature, et s'étend jusqu'au 7 juin 2016, date à laquelle la candidate du Parti démocrate Hillary Clinton remporte mathématiquement les primaires de son parti¹⁸. Le premier meeting du candidat Trump dédié à l'élection générale, qui ne fait donc pas l'objet de l'analyse du présent travail, est tenu trois jours plus tard.

¹⁴ Il convient de noter que toutes les transcriptions n'ont pas fait l'objet d'une édition par un humain, et que par conséquent il demeure un risque de distorsion dans la transcription. Le site exhorte alors le chercheur à vérifier chacun des extraits vidéos avec la transcription correspondante

¹⁵ Annexe 2

¹⁶ Annexe 3

¹⁷ Dans le paysage médiatique américain, un *town hall* met en scène le candidat, avec parfois un modérateur, qui prend part à un question-réponse avec le public présent

¹⁸ Donald Trump ayant obtenu le nombre suffisant de 1237 électeurs (*delegates*) nécessaires à l'investiture républicaine, sa campagne a estimé opportun de dédier la suite de ses meetings à l'élection générale une fois le candidat démocrate connu.

Il convient de noter que le corpus de Donald Trump, sur lequel s'appuie le présent travail, est conséquent. Des choix en termes d'analyse ont du être posés ; celui, notamment, de ne pas recourir à une étude des expressions du candidat sur les « nouveaux médias », tel que le réseau social Twitter. Dans une logique de préserver une certaine pertinence, il apparaît inconcevable de procéder à une étude rigoureuse du discours politique issu de ces médias compte-tenu des limites en terme de pagination et de caractères auxquelles le présent travail est astreint. C'est en outre par soucis de cohérence qu'un tel choix s'est posé. En effet, une étude du discours politique émanant de ces médias nécessiterait un cadrage théorique spécifique, qui n'a pas été réalisé dans le cas présent.

Enfin, comme évoqué en section 3. du chapitre précédent, la nature sélective des extraits issus du corpus textuel incite à la prudence dans les observations, les interprétations et les potentielles généralisations que le chercheur s'apprête à porter. Nonobstant, ceux-ci sont le fruit d'une analyse canalisée et appuyée par les notions du métalangage soulevées dans la partie théorique (voir chapitre II). Il revient au chercheur de faire preuve de la plus grande honnêteté intellectuelle possible dans l'analyse, mais seul le jugement que porte le lecteur peut accorder la crédibilité que cette dernière mérite.

2. Analyse du corpus

A. Ils parlent tous, ne font rien

Dans son discours inaugural de campagne, Donald Trump prononce la phrase « *Les politiciens parlent tous, ne font rien* »¹⁹. Elle sera reprise à différents moments de la campagne, avec les mêmes mots, de sorte à lui octroyer le rôle de formule-choc. Plusieurs exemples²⁰ extraits du corpus démontrent que l'emploi de la formule²¹ par Donald Trump n'est pas seulement motivé par le caractère polémique qu'elle peut susciter, mais par une double fonction qui conjugue à la fois l'énonciation et l'implication.

Extrait 1 : Discours inaugural de campagne (New York City, NY, 16/06/2015)

« Eh bien, vous avez besoin de quelqu'un, parce que les politiciens parlent tous, ne font rien. Rien ne sera jamais fait. Ils ne nous amènerons pas — croyez-moi — en terre promise. Ils ne nous y amènerons pas. »

Extrait 2 : Discours prononcé durant un meeting (Sun City, IA, 21/07/2015)

« À présent, je vois que des politiciens essayent de se l'approprier, et ça me va. Vous savez qu'ils parlent tous, ne font rien donc ils n'accompliront rien de toute façon, juste pour que vous compreniez bien. Ils peuvent parler autant qu'ils veulent. »

Extrait 3 : Discours prononcé durant un meeting (Council Bluffs, IA, 29/12/2015)

« Je viens de voir ça: le nouveau sondage de CNN. "Qui serait le meilleur pour faire face à ISIS ?" Trump, 46%. Non, réfléchissez-y, parce qu'ils savent que je ne

¹⁹ *Politicians are all talk, no action*

²⁰ Annexe 4

²¹ Le terme de « formule » n'est pas entendu comme Krieg-Planque, Mayaffre (2009) et Burger et al. (2011) le conçoivent, à savoir « une notion discursive figée dans sa signification, qui constitue un référent social à un moment donné et présente un aspect polémique » (Mayaffre, 2009, p. 2). Ainsi, la « formule » telle qu'envisagée par ces auteurs renvoie par exemple à « nettoyage ethnique », « développement durable » ou « extrême-droite ». Le présent travail conçoit la « formule » comme une expression percutante, caractérisée par sa dimension polémique, sujette à la circulation et la mention, semblable à la formule-choc ou le slogan.

plaisante pas. Ils savent que les politiciens parlent tous, ne font rien, c'est que des foutaises, juste ? Que des foutaises. »

Extrait 4 : Intervention lors du neuvième débat télévisé des primaires, présenté par CBS (Greenville, SC, 15/02/2016)

« On a besoin de gens qui savent ce qu'ils font. Et les politiciens, ils parlent tous, ils ne font rien, et c'est pourquoi on me soutient »

Dans chacune de ses occurrences, la formule est énoncée avec une quasi exactitude dans sa structure et dans les termes qui la composent. Par l'utilisation de l'indicatif présent, la formule est une affirmation : « ils parlent tous, ils ne font rien ». C'est ce caractère affirmatif de la réalité décrite par Donald Trump, associé à la généralisation « les politiciens », qui constitue le versant polémique de la formule. Dans les extraits 2 et 3, Donald Trump ajoute un caractère évident à son affirmation avec le verbe « savoir », ce qui renforce davantage l'aspect polémique de la formule : « **vous savez** que les politiciens parlent tous, ne font rien », « **ils savent** que les politiciens parlent tous, ne font rien ». Ainsi, il considère la réalité qu'il décrit comme partagée, et qu'elle présente dès lors une force de vérité.

Par ailleurs, la formule présente une seconde fonction. Non seulement elle est employée afin d'associer « les politiciens » dans leur ensemble avec la réalité péjorative « ils parlent tous, ne font rien », mais elle sert aussi à opérer un rapprochement avec l'audience. En désignant un groupe et en lui associant une réalité péjorative, il s'exclue lui-même de ce groupe qu'il nomme et donc de la réalité négative qu'il présente. Ainsi, Donald Trump considère que « les politiciens parlent tous, ne font rien », et en plus il estime ne pas faire partie de la catégorie des politiciens.

Cette formule vise à jeter le discrédit sur un groupe d'acteurs particulier, en l'occurrence ses adversaires dans la campagne des primaires. Quelles que soient leurs expressions, quels que soient leurs engagements, quelles que soient leurs promesses, il faut que l'électeur sache qu'il ne doit jamais rien en espérer. Ce faisant, Donald Trump tente de contrecarrer la fonction

commissive²² des promesses émanant de ses adversaires. En résumé, cette formule remplit deux fonctions principales ; l'une explicite dans son énonciation, qui consiste à déprécier ses adversaires qui comme lui cherchent à obtenir l'investiture, et l'autre implicite, qui le dédouane de l'attribut négatif qu'il leur attribue.

B. The Snake

Entre le 12 janvier et le 6 avril 2016, Donald Trump citera les paroles du poème composé en 1968 par Al Wilson, intitulé '*The Snake*' (Le Serpent). Les paroles²³ racontent l'histoire d'une jeune fille qui accepte d'emmener chez elle un serpent venimeux sur le point de mourir, lui sauve la vie, avant que celui-ci ne la morde mortellement. Le dernier vers du poème cite le serpent qui, souriant à la jeune fille surprise, lui rétorque : « Oh tais-toi, petite idiote ! Tu savais très bien que j'étais un serpent avant de m'emmener chez toi ! »

Par analogie, Donald Trump emploiera la chanson pour soutenir sa position de refuser l'accueil de migrants émanant du Moyen-Orient et sa politique sur l'immigration à la frontière avec le Mexique. Son premier usage intervint un mois après les attentats de San Bernardino et alors que le débat sur la répartition d'accueil des réfugiés syriens animait les plateaux de télévision américains et faisait, outre-Atlantique, l'objet d'une négociation entre l'Union européenne et la Turquie.

Extrait 5 : Discours prononcé lors d'un meeting (Pensacola, FL, 13/01/2016)²⁴

« Je considère cela [le poème] comme ma position sur la migration. Parce que, vous savez, les personnes qui arrivent... Vous n'avez qu'à vous adresser aux Allemands. J'ai des amis là-bas ils n'en croient pas leurs yeux. L'Europe est en train d'être détruite, en train d'être détruite. Et Obama veut en accueillir, non pas 10 000, non pas 25 000, non pas 65 000 comme ils l'ont dit lors du débat, ils veut en accueillir

²² Lorsqu'une promesse est formulée par un candidat, elle provoque chez son audience d'électeurs une attente d'action : c'est le caractère commissif de l'acte de langage de promesse.

²³ Annexe 5

²⁴ Annexe 6

tellement, vous n'avez pas idée. Et on ne sait même pas qui ils sont. On a tous un cœur (...) mais il se pourrait que ce soit le plus grand Cheval de Troie. »

Dans le poème, la jeune fille représente les États-Unis, nation généreuse et naïve, ouvrant les portes de ses frontières au serpent, les réfugiés du Moyen-Orient et les immigrants illégaux, ingrats et potentiellement dangereux. L'analogie est ici implicite ; il s'agit donc d'un procédé métaphorique permettant d'établir un parallèle entre le thème qu'il évoque et un autre objet sur la base d'une relation abstraite. Dans cette occurrence, le rôle de l'analogie est celui d'un adjuvant argumentatif. Grâce à une histoire légère, Donald Trump s'offre la possibilité de faire passer une proposition, de prime-abord difficilement concevable venant de la deuxième force économique mondiale, par l'émotion. Donald Trump reconnaît que la position de refuser l'accueil à des réfugiés et des immigrants peut sembler impitoyable, « *on a tous un cœur* », mais il mise sur le potentiel risque de conséquences négatives qui s'ensuivraient si une tel accueil aurait lieu. Autrement dit, Donald Trump convoque la peur de l'inconnu et le risque de danger chez l'audience ; il emploie d'ailleurs le conditionnel pour préciser que rien n'est certain, mais que comme rien n'est certain, aucun risque ne peut être pris : « *il se pourrait que ce soit le plus grand Cheval de Troie* ».

Donald Trump mise ainsi sur la potentialité d'un danger, et pour ce faire convoque la peur. Il s'agit là d'un procédé classique dans la rhétorique persuasive, celui de produire un message habillé d'émotions (le *pathos*). Dans l'extrait, Trump fait appel aux nombres de migrants que les États-Unis sont potentiellement sur le point d'accueillir. Ces chiffres (« *10 000 (...) 25000 (...) 65 000* ») sont censés paraître déraisonnables. Mais Trump renchérit : « *il [Le Président Obama] veut en accueillir tellement, vous n'avez pas idée* ». Énoncée de la sorte, cette assertion laisse à faire croire que le Président en place n'a aucune idée du danger qu'il prend, qu'il est irresponsable et donc incapable de remplir à bien la mission première qui l'incombe : celle de protéger les Américains. Ce danger, Trump l'illustre par un exemple : « *l'Europe est en train d'être détruite* », et pour tenter d'ajouter une force de crédibilité à son propos, il présente l'argument du témoin oculaire : « *j'ai des amis là-bas* ». Autrement dit, cette notion de danger n'émane pas de l'imagination de Donald Trump, elle provient de ses connaissances sur place, elle fait figure de situation connue et est de nature incontestable.

L'autre rôle que confère l'utilisation de cette analogie métaphorique est la diabolisation du migrant du Moyen-Orient, des réfugiés et de l'immigrant de la frontière Sud avec le Mexique. Donald Trump les assimile au serpent, d'apparence vulnérable, mais aux actions perfides et déloyales, et dont les intentions sont *de nature* machiavéliques. De plus, il procède à une victimisation de la jeune fille, les États-Unis, qui détient pourtant le pouvoir de vie ou de mort sur l'animal en détresse, et qui se retrouve en fin de compte lésée et trahie. En outre, dans l'extrait 5, il effectue une seconde référence métaphorique en comparant l'accueil de migrants et de réfugiés au stratagème du Cheval de Troie, procédé rusé et malicieux.

À nouveau, l'utilisation de la stratégie rhétorique par Donald Trump présente deux fonctions dans la logique persuasive du discours ; celle de faire passer une idée controversée, d'apparence dépourvue d'émotion, par une histoire légère et pathétique. D'autre part elle permet d'attribuer des intentions négatives à un sujet qui, s'il n'est pas pris au sérieux et abordé de façon naïve et trop bienveillante, pourrait poser de graves conséquences. Bien que la probabilité du danger demeure inconnue, l'existence d'un risque — et donc la peur du danger — exclue toute posture de compassion.

C. Querelle de mots

Au cœur de l'affrontement politique dans le cadre d'une campagne électorale pullulent les querelles de mots²⁵. Plusieurs occurrences relevées dans le corpus ont mis en lumière l'importance de l'utilisation d'un terme et l'implication idéologique que celui-ci recèle dans le débat d'idées. Utilisé, le mot acquiert une saillance politico-médiatique ; les journalistes dénotent l'aspect remarquable de son emploi, le candidat le revendique, les concurrents le récusent. Au sein du corpus de Donald Trump, on relève une occurrence dont l'emploi d'un mot a provoqué un affrontement sur la scène politique américaine : le terme « islamiste radical » (*Radical Islamic*) pour désigner la mouvance terroriste que l'Administration américaine doit neutraliser.

²⁵ Voir Micheli (2013)

Extrait 6 : Conférence de presse (Worcester, MS, 18/11/2015)²⁶

« Vous savez quoi : le terrorisme islamiste radical est un fait. Nous avons un Président qui, et personne ne peut le comprendre, ne veut pas utiliser ce terme. Le terrorisme islamiste radical est un fait, que vous le vouliez ou non. C'est un fait, et c'est un fait macabre, c'est un problème très, très sérieux. Nous avons un Président qui ne veut pas employer ce terme. À moins que vous n'utilisiez ce terme, vous n'allez jamais résoudre le problème. »

Les médias américains poussent ensuite le Président Barack Obama, les candidats aux primaires républicaines et démocrates à prendre position sur l'utilisation du terme litigieux. Ce « cadrage médiatique » (Micheli, 2013, p. 4) contribue à alimenter la querelle et octroyer une dimension idéologique à son emploi ou son omission. Le terme litigieux en question, les adjectifs « islamiste²⁷ radical », fait l'objet d'un affrontement sur son aptitude à décrire la réalité : dans ce cas-ci, désigner l'ennemi. Selon Donald Trump, l'utilisation du terme est une étape indispensable dans la lutte contre le terrorisme car, sans sa mention, *« vous n'allez jamais résoudre le problème »*. En outre, les motifs selon lesquels ce terme provoque débat, selon Donald Trump, ne relèvent pas de son utilisation telle qu'il en fait, mais de l'omission délibérée par le Président. Employer le terme « islamiste radical » est approprié selon Trump car cela relève du factuel : *« c'est un fait, et c'est un fait macabre »*. Le Président Obama, par l'omission délibérée de sa mention, nie ainsi la réalité.

Par cet exemple de dialogisme²⁸ tiré du corpus de Donald Trump, il est possible de rendre compte de l'importance de l'utilisation d'un terme dans le propos de l'acteur politique et sa capacité à conditionner le débat public ; le terme est érigé dans la sphère médiatique, s'ensuit alors un positionnement des différents acteurs politiques au moyen d'arguments. L'extrait 6

²⁶ Annexe 7

²⁷ De l'anglais *Islamic*, il est possible de traduire par « islamique » ou « islamiste ». Cependant, traduire par « islamique » revient à faire référence aux essences mêmes de la civilisation de l'islam ; la philosophie islamique, l'art islamique, la religion islamique. « Islamiste » désigne proprement ce qui au sein de cette civilisation islamique relève d'un « totalitarisme religieux ».

²⁸ Le concept de dialogisme porte sur une situation conflictuelle où le mot est porteur de la dimension dialogique de l'interaction (Sitri, 2004). Autrement dit, le motif pour lequel un dialogue s'installe est l'emploi, ou non, d'un mot.

provient d'une conférence de presse intervenant cinq jours après les attentats de Paris. Les candidats à la Présidentielle américaine sont alors interrogés sur l'orientation de la politique étrangère à adopter, en ce compris la lutte contre le terrorisme. Et l'utilisation d'un terme devient un facteur déterminant le positionnement politique des acteurs en conflit.

D. Eux contre nous

La campagne électorale fait office d'arène où ont lieu les affrontements verbaux et idéologiques. Teun van Dijk (2011) a proposé, au sein de l'analyse critique du discours (CDA), une modélisation de ces conflits idéologiques : le Carré idéologique (*Ideological Square*). De façon concrète, les manifestations prototypiques (dans le texte) de ce Carré idéologique (Figure 4) opposent les pronoms *Nous* contre *Eux* (*Us* versus *Them*) et prend forme selon quatre stratégies rhétoriques ; (i) insister sur *nos* bons aspects, (ii) minimiser *nos* mauvais aspects, (iii) insister sur *leurs* mauvais aspects, (iv) minimiser *leurs* bons aspects (van Dijk, 2011, p. 396).



Figure 4 : le Carré idéologique selon T. van Dijk (2011, p. 396)

Dans le corpus de Donald Trump, plusieurs occurrences de ces stratégies de polarisation ont été relevées. Le candidat Donald Trump, en tant que locuteur, s'exprime au nom d'un groupe, et affirme être en compétition contre un autre groupe, qu'il va désigner respectivement par les pronoms « *nous* » et « *eux* ».

Extrait 7 : Discours prononcé au cours d'un rally (Mount Pleasant, SC, 02/12/2015)²⁹

²⁹ Annexe 8

« Donald J. Trump appelle à un arrêt total et complet de l'entrée de musulmans aux États-Unis jusqu'à ce que les représentants de notre pays parviennent à comprendre ce qu'il se passe. Nous n'avons pas le choix, nous n'avons pas le choix, nous n'avons pas le choix. Selon Pew Research, entre autres, il y a une profonde haine envers les Américains émanant d'une large portion de la population musulmane. »

Dans cet extrait, Donald Trump oppose deux groupes ; les Américains (*nous*) et les musulmans, la population musulmane (*eux*). Il est issu d'un discours prononcé au cours d'un meeting le soir des attentats de San Bernardino, et fait office de proposition d'un '*Muslim Ban*'. Caractéristique de la terminologie de van Dijk, Donald Trump généralise la population musulmane dans son ensemble, ce qui lui permet de constituer le groupe en opposition. L'autre groupe, dont il estime faire partie et représenter, est « *les Américains* ». Dans cet extrait, Donald Trump pointe un des mauvais aspects (cf. van Dijk) du groupe d'opposition, la population musulmane : « *il y a une profonde haine* », et dans le même temps ne fait aucunement mention des aspects positifs de ce même groupe. En établissant ces deux groupes présentés comme hétérogènes, Donald Trump crée une polarisation sur la question de la lutte contre le terrorisme : « *les Américains* » contre « *la population musulmane* ». Le candidat a ainsi posé dans le débat public une proposition afin de lutter contre les actes terroristes, et cela se fera selon lui pour le bien d'un groupe dont il revendique faire partie, « *les Américains* », et à l'encontre de celui qu'il confronte, « *la population musulmane* ».

Sur le même thème, le candidat Donald Trump était interrogé quelques mois plus tard par Anderson Cooper, journaliste pour CNN, afin de savoir si « l'islam était en guerre contre l'Ouest³⁰ ». Ce à quoi Trump répondit :

Extrait 8 : Interview avec Anderson Cooper (CNN) (09/03/2016)³¹

« Je pense que l'islam nous déteste. Il y a quelque chose. Il y a quelque chose par là, une profonde haine. Il y a une profonde haine. On doit creuser la question. Il y a une profonde haine envers nous. »

³⁰ "Do you think Islam is at war with the West?"

³¹ Annexe 8

Dans la même veine que le précédent, cet extrait oppose deux groupes distincts. Le locuteur, Donald Trump, prend position pour l'un. Par le biais du pronom « *nous* », il indique faire partie de l'Ouest, en opposition au groupe « *islam* ». Il convient de noter ici, cependant, que la polarisation a été introduite de façon interrogative par le journaliste. Dans son questionnement, Anderson Cooper cherche à savoir si le candidat considère qu'il existe une relation de nature conflictuelle entre l'Ouest et l'islam. Et c'est la réponse de Donald Trump qui entérine la polarisation : « *je pense que l'islam nous déteste* » et « *il y a une profonde haine envers nous* ». À nouveau, comme dans l'extrait 7, Donald Trump pointe les mauvais aspects du groupe d'opposition, s'exprimant d'ailleurs de façon similaire : « *il y a une profonde haine* », mais ne procède à aucune mention des aspects positifs que le groupe d'opposition pourrait potentiellement présenter.

Au sein du corpus de Donald Trump, d'autres occurrences de polarisation selon la logique du Carré idéologique ont été relevées.

Extrait 9 : Discours prononcé lors d'un rally (Knoxville, TN, 16/11/2015)³²

« Ce qui se produit ici est un mouvement. Je vous le dis, c'est un mouvement. Ce n'est pas- Nous en avons assez de ces gens stupides à la tête de notre gouvernement. J'avais l'habitude de dire qu'ils sont incompetents. (...) Je veux faire quelque chose de spécial, avec vous, avec tout le monde. Parce que tout le monde veut rendre sa grandeur à l'Amérique. »

Dans cet extrait, Donald Trump présente un conflit portant sur l'aptitude à diriger le pays. Un groupe, « *les gens stupides la tête [du] gouvernement* », est opposé à « *nous* ». Dans ce cas-ci, Donald Trump précise ce qu'il entend par « *nous* » : « *je veux faire quelque chose de spécial* », « *avec vous, avec tout le monde* ». Dans sa vision ici exprimée de rendre sa grandeur à l'Amérique, Trump considère qu'un seul des deux groupes détient la compétence requise pour y parvenir ; lui (*je*), ceux qui se rendent à ses meetings ou le soutiennent (*vous*) et l'ensemble des Américains (*tout le monde*). Ce faisant, il considère comme impossible de

³² Annexe 8

rendre sa grandeur à l'Amérique si les électeurs font confiance aux « *gens stupides à la tête [du] gouvernement* », et par extension les membres du parti du Président (en l'occurrence le Parti démocrate) ou tout autre candidat au profil assimilable aux « *gens stupides* » et « *incompétents* ».

En incluant « *tout le monde* » dans le groupe considéré comme compétent, Donald Trump effectue un éloignement entre la population américaine dans son ensemble et ceux qui dirigent le gouvernement. Ils sont comme déconnectés de « *tout le monde* ». Donald Trump, dans le même temps, effectue un rapprochement, en incluant dans le groupe compétent à rendre à l'Amérique sa grandeur à la fois sa personne (*je*), ceux qui le soutiennent ou se rendent à ses meetings (*vous*) et la population dans son ensemble (*tout le monde*). Cette seconde opération est désignée par Donald Trump comme « *un mouvement* » contestataire, qui « *en a assez* ». C'est là que s'opère la polarisation dans le discours. L'enjeu principal, dans cet extrait, est d'en finir avec le status quo mis en place par les acteurs politiques au pouvoir, et seule l'élection de Donald Trump peut mettre fin à cette constante.

E. L'injure réalisatrice

Comme soulevé dans l'introduction³³, la campagne républicaine de 2016 a vu naître plusieurs conflits de personnalités entre candidats. Le corpus de Donald Trump présente plusieurs occurrences d'usage de la qualification péjorative³⁴ pour décrire les autres candidats concourant à la primaire.

Extrait 10 : Interview 'With all due respect' sur Bloomberg Politics (02/11/2015)³⁵
« *J'ai décrit Jeb Bush comme un faiblard, et malheureusement pour lui ça lui a collé à la peau. Et c'est vrai que c'est un faiblard. Ça ne fait pas de lui une mauvaise personne. Mais quand vous négociez avec les Chinois, des personnes féroces, ils ne*

³³ Voir les rapports de Patterson (2016a ; 2016b)

³⁴ Les travaux de Lemieux-Lefebvre (2009) ont permis d'isoler sept actes de langage dépréciatif employés par l'acteur politique en campagne électorale ; l'insulte, la critique, le reproche, l'ironie ou la moquerie, la menace et l'accusation.

³⁵ Annexe 9

s'attendent pas à un faiblard. (...) Le message qu'il porte est bon. Mais son expression est mauvaise. »

Extrait 11 : Intervention lors d'un débat télévisé (North Charleston, SC, 14/01/2016)³⁶

« Nous n'avons pas besoin d'une personne faible comme Président des États-Unis. Parce que c'est ce que nous aurons si Jeb est élu. »

Dans ces deux extraits, Donald Trump évoque une description de la personne Jeb Bush. Ainsi, le candidat ne critique pas les idées que son adversaire défend, de fait il reconnaît que le message que celui-ci porte « *est bon* ». En revanche, il estime que les traits de caractères de Jeb Bush le disqualifient pour conduire les affaires du pays. Il appuie son jugement par l'exemple de la Chine, première puissance économique mondiale, et l'incompatibilité selon lui d'élire un négociateur en chef présentant les attributs de « *faiblard* », de « *faible* » pour leur faire face. Cette injure ontotypique³⁷ vise à déprécier la personne en question, mais elle sert en outre à la *réaliser* dans le sens entendu par Berger et Luckmann (1960) ; par son propos, Donald Trump décrit la représentation qu'il a de Jeb Bush, et c'est par la qualification qu'il rend cette représentation réelle. L'injure devient une description de la réalité perçue par Donald Trump.

Donald Trump fait usage de la qualification péjorative pour déprécier un adversaire, mais il s'attache à minorer la dimension injurieuse de celle-ci en l'alimentant du co-texte ; il va justifier son jugement par une argumentation construite, ici par l'exemple de la négociation avec la Chine. L'auteur de l'injure cherche à frapper d'un caractère rédhibitoire les traits de caractères d'une personne en raison de l'objectif que cette dernière poursuit : Jeb Bush veut devenir Président, mais il est « *faible* », il ne peut donc être élu.

S'il est logique qu'une campagne électorale soit le théâtre d'affrontements verbaux, le recours à l'insulte (ou l'injure) est particulièrement rare dans la sphère politique, où la

³⁶ Annexe 9

³⁷ Qui porte sur les traits de caractère

courtoisie domine majoritairement les échanges (Lemieux-Lefebvre, 2009, p. 9). Il s'avère que cette campagne, décrite précédemment comme « non-conventionnelle », tend à infirmer cette hypothèse, ou à tout le moins présente des traits extraordinaires³⁸. Des éléments d'explication peuvent provenir ; (i) de la traduction d'une montée en tension liée à l'enjeu (Oger, 2012, p.2), l'élection à la Présidence des États-Unis, fonction considérée comme la plus exigeante qui soit ; (ii) du besoin de se démarquer, au sein de l'arène politique où s'affronte une pléthore de candidats, par l'emploi d'une rhétorique non-conventionnelle ; (iii) de la présence de personnalités fortes attachées à dominer les échanges ou encore (iv) la réponse à une attente des électeurs d'un « parler vrai » plutôt que d'une langue de bois « perçue comme amnésiante » (Gobin, 2011, p. 4).

³⁸ Qui n'est pas selon l'ordre commun, l'usage ordinaire

CONCLUSION

La présente analyse a permis de soulever des procédés discursifs qui, au-delà de la résonance médiatique dont ils peuvent faire l'objet, présentent un intérêt stratégique pour l'acteur politique, qu'il s'agisse par exemple d'un candidat en campagne. Dans leur énonciation ou leur formulation, ils peuvent présenter une certaine polémique — ce qui explique sans doute leur prise en charge dans les médias, comme suggéré dans l'introduction — mais il s'avère que ces pratiques discursives détiennent d'autres fonctions. Plus implicites, mais tout aussi pertinentes dans la stratégie rhétorique à visée persuasive, elles détiennent une portée idéologique indissociable du locuteur. À travers elles, il est possible d'entrevoir ses représentations du monde, les paradigmes qui l'animent, ou encore sa conception du rapport conflictuel dans le débat public. C'est en cela que ces pratiques détiennent un caractère performatif. Par le biais d'un cas d'étude présenté comme « non-conventionnel », il est possible de déceler des fonctions du discours politiques, autres que la convocation de l'émotion généralement soulignée par le journaliste.

Nous n'en sommes qu'aux balbutiements des études d'analyse du discours sur cette campagne si particulière. Le présent travail en appelle d'autres. Car il existe des terrains particulièrement fertiles pour le chercheur ; des recherches similaires sur des candidats contemporains à Donald Trump, qu'ils aient concouru à la primaire républicaine ou à la primaire démocrate, ou qu'ils aient mené une campagne sous l'égide d'un troisième parti (*Third party candidate*). Des recherches comparatives, qui exploiteraient les données alors recueillies par ces travaux, permettraient d'enrichir toujours plus la littérature scientifique du discours politique. Avec le recul historique, il sera possible d'affiner davantage les observations et les interprétations. Comme cela a déjà été dit, le présent travail propose *une* interprétation. Elle aspire ainsi à être confrontée à d'autres, par exemple par l'étude du discours politique à travers les nouveaux médias (tels que les réseaux sociaux). Bref, il demeure bien des angles sous lesquels il est possible d'aborder le cas d'étude choisi par le présent travail.

BIBLIOGRAPHIE

ALBERT Z. & BARNEY D. J. (2018), "The Party Reacts: The Strategic Nature of Endorsements of Donald Trump", *American Politics Research*, pp. 1-5 [en ligne], mis en ligne le 4 novembre 2018, consulté le 12 avril 2019
URL: <https://doi.org/10.1177/1532673X18808022>

AMBROISE B. (2010), "Les effets de la parole, de la promesse au droit", *Revue de philosophie politique de l'ULg*, n°3, pp. 44-68

AMOSSY R. (2008), "Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires", *Argumentation et Analyse du Discours*, pp. 1-18 [En ligne], mis en ligne le 06 septembre 2008, consulté le 23 mai 2019
URL : <http://journals.openedition.org/aad/200> ; DOI : 10.4000/aad.200

ANDRE C. (2014), "Essai sur le marketing politique et les stratégies gouvernementales au Québec : réflexions critiques", *Université du Québec à Montréal*, 111 p.

ARNESSEN S. & PETERS Y. (2017), "The Legitimacy of Representation: How Descriptive, Formal, and Responsiveness Representation Affect the Acceptability of Political Decisions", *Comparative Political Studies*, pp. 868-899 [en ligne] mis en ligne le 8 août 2017, consulté le 22 mai 2019.
URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0010414017720702>

AUSINA O. (1987), "Construire l'image d'une personnalité politique à la télévision. Pygmalion Désemparé", *Études de communication*, pp. 1-10 [En ligne], mis en ligne le 08 juin 2013, consulté le 30 avril 2019.
URL : <http://journals.openedition.org/edc/2880> ; DOI : 10.4000/edc.2880

BAKER P. (2006), "Using Corpora in Discourse analysis", *London, Continuum*, pp. 1-45

BALZACQ T., BAUDEWYNS P., JAMIN J., LEGRAND V., PAYE O. & SCHIFFINO N. (2014), "Fondements de sciences politique", éditions De Boeck, 440 p.

BARTHELEMY-SAINT-HILAIRE J. (1874), "La politique d'Aristote", 3ème éd., Librairie philosophique de Ladrangue, Paris, 206 p.

BERGER L. & LUCKMANN T. (1966), "La Construction sociale de la réalité", Armand Colin, Paris, 240 p.

BOYLE K. et MEYER C. (2018), "Who Is Presidential? Women's Political Representation, Deflection, and the 2016 Election", *Socius*, pp. 1-13 [en ligne], mis en ligne le 30 mars 2018, consulté le 30 avril 2019.

URL: <https://doi.org/10.1177/2378023117737898>

BURGER M., JACQUIN J. & MICHELI R. (dir.) (2011), "La parole politique en confrontation dans les médias", Collection Culture & Communication, Ed. De Boeck, 228 p.

CHARAUDEAU P. (2002), "A quoi sert d'analyse le discours politique ?", *Anàlisi del discurs polític*, IULA-UPF, Barcelone [En ligne], consulté le 12 avril 2019.

URL : <http://www.patrick-charaudeau.com/A-quoi-sert-d-analyse-le-discours.html>

CHARAUDEAU P. (2006), "Discours journalistique et positionnements énonciatifs.

Frontières et dérives", *Semen*, pp. 24-25 [En ligne], mis en ligne le 01 mai 2007, consulté le 12 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/semen/2793>

CHARAUDEAU P. (2011), "Le discours politique ou le pouvoir du langage", *le-bon-mot* [En ligne], mis en ligne le 8 juin 2011, consulté le 12 avril 2019.

URL : <https://www.youscribe.com/catalogue/documents/savoirs/sciences-humaines-et-sociales/le-discours-politique-ou-le-pouvoir-du-langage-304525>

CHARAUDEAU P. (2015), "Le charisme comme condition du leadership politique", *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, pp. 1-7 [En ligne], mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 22 mai 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1597> ; DOI : 10.4000/rfsic.1597

CHOPER J. (2002), "The Endorsement Test: Its Status and Desirability", in *Journal of Law & Politics*, Vol. 18, n°2, pp. 499-536 [en ligne]

URL: <https://scholarship.law.berkeley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1295&context=facpubs>

CROZIER M. & FRIEDBERG E. (1977), "L'acteur et le système", Seuil, Paris, 512 p.

DELMAS V. (2012) "Pour une analyse pluridimensionnelle du discours : le discours politique", in *La linguistique*, vol. 48, pp. 103-122 [en ligne]

URL: [doi:10.3917/ling.481.0103](https://doi.org/10.3917/ling.481.0103).

DENTON R. & DENTON JR. R. (2002), "The 2000 Presidential Campaign: A Communication Perspective", *Praeger Series in Political Communication*, 304 p.

DRAMNESCU B. (2015), "Pragmatic Approaches in the Analysis of the Political Discourse", in *Trivent Publishing, Communication Today: An Overview from Online Journalism to Applied Philosophy*, pp. 46-51 [en ligne]

URL: <https://trivent-publishing.eu/books/philosophy/communicationtoday/5.%20Bianca%20Dramnescu.pdf>

FAIRCLOUGH, N. (2001), "Language and power", 2ème édition, 253 p.

FIALA P. (1994), "L'interprétation en lexicométrie. Une approche quantitative des données lexicales", in *Langue française*, n° 103, pp. 113-122 [en ligne]

URL: <https://doi.org/10.3406/lfr.1994.5731>

FIDEL CORCUERA J. (dir.), BERNAL C., DIJAN M., GASPAR A., VICENTE J. (2017), “Les discours politiques. Regards croisés.”, éditions l’Harmattan, Questions contemporaines, 572 p.

FRANCIA P. (2017), “Free Media and Twitter in the 2016 Presidential Election: The Unconventional Campaign of Donald Trump” in *Social Science Computer Review*, vol 36, n°4, pp.440-455 [en ligne], mis en ligne le 27 septembre 2017, consulté le 15 avril 2019.
URL : <https://doi.org/10.1177/0894439317730302>

GABRIEL S., PARAVATI E., GREEN M. C., & FLOMSBEE J. (2018), “From Apprentice to President: The Role of Parasocial Connection in the Election of Donald Trump”, in *Social Psychological and Personality Science*, vol. 9, n°3, pp. 299-307 [en ligne], mis en ligne le 26 mars 2018, consulté le 5 avril 2019.
URL: <https://doi.org/10.1177/1948550617722835>

GLASER B. & STRAUSS A. (2010), “La découverte de la théorie ancrée: stratégies pour la recherche qualitative”, Armand Colin, Paris, 410 p.

GOBIN, C. (2011), “Des principales caractéristiques du discours politique contemporain...”, Semen [en ligne], mis en ligne le 01 janvier 2011, consulté le 30 avril 2019.
URL : <http://journals.openedition.org/semen/9018>

HEINDERYCKX F. (1999), “Une introduction aux fondements théoriques de l’étude des médias”, Editions du Céfal, Bruxelles, 84 p.

JERECZEK-LIPINSKA J. (2017), “L’ironie et le sarcasme dans l’argumentation politique sur l’exemple des séances des Questions au Gouvernement”, in *Studia Romanica Posnaniensia*, vol 44, n°3, pp. 73-86 [en ligne]
URL: <https://pressto.amu.edu.pl/index.php/srp/article/viewFile/12260/12095>

LAFON P. (1981), “Analyse lexicométrique et recherche des cooccurrences“, in *Mots*, vol. 3 n°1, Presse du Zaïre, pp. 95-148 [en ligne]

URL: https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1981_num_3_1_1041

LARSON C. (1992), “Persuasion: Reception and Responsibility“, Wadsworth Publishing, 13ème édition, 512 p.

LASWELL H. (1948), “The Structure and Function of Communication in Society“, The Communication of Ideas, New York: Institute for Religious and Social Studies, pp. 215-228 [en ligne]

URL: <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>

LE BART C. (2015), “Le discours politique ”, Presses Universitaires de France, Paris, 128 p.

LEMIEUX-LEFEBVRE G. (2009), “La qualification péjorative dans le discours politique en campagne électorale”, Université du Québec à Montréal, pp. 23-104 [en ligne]

URL: <https://archipel.uqam.ca/2242/>

MAILLOCHON F. (2015), “Objectivation“, Sociologie, Les 100 mots de la sociologie, pp. 1-5 [en ligne], mis en ligne le 01 juillet 2015, consulté le 23 avril 2019

URL : <http://journals.openedition.org/sociologie/3187>

MAINGUENEAU D. (2002), “L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours“, pp. 1-18 [en ligne], consulté le 19 avril 2019

URL : <http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Ethos.pdf>

MAINGUENEAU D. (2008), “Retour critique sur l’ethos“, in *Langage & Société*, vol. 149, n°3, pp. 31-48. [en ligne], consulté le 19 avril 2019

URL: doi:10.3917/l.s.149.0031.

MAYAFFRE D. (2005), “Les corpus politiques : objet, méthode et contenu. Introduction“, Corpus, pp. 1-4 [En ligne], mis en ligne le 05 septembre 2006, consulté le 24 avril 2019
URL : <http://journals.openedition.org/corpus/292>

MAYAFFRE D. (2009), “Alice Krieg-Planque. — La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique. Besançon : Presses Universitaires de Franche-Comté, 2009, 145 pages.“, pp. 1-7 [en ligne], mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 26 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/corpus/1775>

MAYAFFRE D. (2012), “Nicolas Sarkozy. Mesure et démesure du discours. (2007-2012)”, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, 358 p.

MCNAIR B. (2003), “An introduction to Political Communication”, Routledge, Londres, 256 p.

MELLET D. (2018), “A general Critical Discourse Analysis framework for educational research“, Journal of Advanced Academics, pp. 116-142 [en ligne], mis en ligne le 20 février 2018, consulté le 20 avril 2019

URL: <https://doi.org/10.1177/1932202X18758260>

MESTI P. C., LIMA R. R. et BARONAS R. L. (2015), “Mécanisme d’incorporation de l’ethos réfléchi chez les leaders sud-américains“, Revue française des sciences de l’information et de la communication, pp. 1-7 [en ligne], mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 22 mai 2019

URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1635> ; DOI : 10.4000/rfsic.1635

MICHELI R. (2013), “Les querelles de mots dans le discours politique : modèle d’analyse et étude de cas à partir d’une polémique sur le mot « rigueur »“, Argumentation et Analyse du Discours, pp. 1-10 [en ligne], mis en ligne le 10 avril 2013, consulté le 13 mai 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/aad/1446>

MICHIRA J. N. (2013), “The Language of Politics: A CDA of the 2013 Kenyan Presidential Campaign Discourse“, in *International Journal of Education and Research*, vol. 2, n°1, pp. 1-18

MOUNK Y. (2018), “Le peuple contre la démocratie“, édition L’Observatoire, coll. La Rélève, 528 p.

OGER C. (2012), “La conflictualité en discours : le recours à l’injure dans les arènes publiques“, *Argumentation et Analyse du Discours* [en ligne], mis en ligne le 15 avril 2012, consulté le 29 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/aad/1297> ; DOI : 10.4000/aad.1297

PAL J. (2019), “Legitimacy, Support and Endorsement: Narendra Modi’s Social Media Engagement with Celebrities“, in *Economic & Political Weekly*, University of Michigan, vol 54 n°7, pp. 1-12 [en ligne] mis en ligne le 7 février 2019, consulté le 10 avril 2019

URL: <https://www.epw.in/node/153627/pdf>

PATERSON T. (2016a), “Pre-Primary News Coverage of the 2016 Presidential Race: Trump’s Rise, Sanders’ Emergence, Clinton’s Struggle“, Harvard Kennedy School Shorenstein Center, pp. 1-19 [En ligne], mis en ligne le 01 mai 2017, consulté le 12 avril 2019.

URL : <https://shorensteincenter.org/pre-primary-news-coverage-2016-trump-clinton-sanders/>

PATERSON T. (2016b), “News Coverage of the 2016 Presidential Primaries: Horse Race Reporting Has Consequences“, Harvard Kennedy School Shorenstein Center, pp. 3-28 [En ligne], mis en ligne le 01 mai 2017, consulté le 12 avril 2019.

URL : <https://shorensteincenter.org/news-coverage-2016-presidential-primaries/>

REISIGL M., WODAK R. (2009), “The Discourse-Historical Approach (DHA)“, *Methods of critical discourse analysis*, pp. 87-119 [en ligne]

URL: https://www.academia.edu/24620522/The_discourse-historical_approach_DHA_

REUNING, K, & DIETRICH N. (2018), “Media Coverage, Public Interest, and Support in the 2016 Republican Invisible Primary“, *Perspectives on Politics*, pp. 1-14 [en ligne] mis en ligne le 29 octobre 2018, consulté le 13 avril 2019.

URL: <https://doi.org/10.1017/S1537592718003274>

REYNOLDS C. (2018), “Building theory from media ideology: Coding for power in journalistic discourse“, in *Journal of Communication Inquiry*, vol. 43, n°1, pp. 47-69 [en ligne], mis en ligne le 16 mai 2018, consulté le 25 avril 2019.

URL: <https://doi.org/10.1177/0196859918774797>

PLANTIN C. (2011), “Les bonnes raisons des émotions dans l’argumentation : Principes et méthode pour l’étude du discours émotionné”, Peter Lang, Berne, 306 p.

RIOUL O. (2018), “Une théorie mathématique de la communication“, *Bibnum* [En ligne], Calcul et informatique, mis en ligne le 15 janvier 2018, consulté le 19 avril 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/bibnum/1190>

SITRI F. (2013), “Dialogisme et analyse de discours : éléments de réflexion pour une approche de l’autre en discours“, *Cahiers de praxématique*, pp. 1-25 [en ligne], mis en ligne le 01 janvier 2013, consulté le 27 avril 2019

URL : <http://journals.openedition.org/praxematique/1846>

TENBRINK, T. (2015), “Cognitive Discourse Analysis: Accessing cognitive representations and processes through language data“, *Language and Cognition*, pp. 98-137 [en ligne]

URL: [doi:10.1017/langcog.2014.19](https://doi.org/10.1017/langcog.2014.19)

TRUMP D. J. (2015), “Crippled America: How to Make America Great Again“, Simon & Schuster, 193 p.

VAN DIJK, T. (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis", in *Discourse & Society*, vol. 4, n°2, pp. 249-283 [en ligne]
URL: <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>

VAN DIJK, T. (1998), "What is Political Discourse Analysis?", Universiteit van Amsterdam, pp. 11-51 [en ligne], mis en ligne le 1 janvier 1998, consulté le 13 mai 2019
URL: <https://doi.org/10.1075/bjl.11.03dij>

VAN DIJK, T. (2001), "Political discourse and ideology", UPF, Barcelona, pp. 2-41 [en ligne]
URL: <http://www.discourse-in-society.org/dis-pol-ideo.htm>

VAN DIJK, T. (2006), "Discourse and manipulation", in *Discourse & Society*, vol. 17, n°2, pp. 359-383 [en ligne]
URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/0b2f/9e04d2ea4a46af687a54350d9dfff4644eb9.pdf>

VAN DIJK, T. (2011), "Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction", in *Discourse & Ideology*, pp. 379-407 [en ligne]
URL: <http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf>

WEBER M. (2003/1922), "Economie et société. Tome 1 : Les catégories de la sociologie", Paris, collection Agora, 410 p.

WENXIU P. (2015), "Analysis of New Media Communication Based on Laswell's 5W Model", in *Journal of Educational and Social Research*, MCSER Publishing, vol 5, n°3, pp. 245-250 [en ligne]
URL: <https://doi.org/10.5901/jesr.2015.v5n3p245>

WODAK R., MEYER M. (2008), "Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology", *Methods for Critical Discourse Analysis*, pp. 1-34

ANNEXE 1

Cadre définitionnel du discours politique tel que proposé par B. McNair (2003, p.4)

Texte original	Traduction proposée
1. All forms of communication undertaken <i>by</i> politicians and other political actors for the purpose of achieving specific objectives. 2. Communication addressed <i>to</i> these actors by non-politicians such as voters and newspaper columnists. 3. Communication <i>about</i> these actors and their activities, as contained in news reports, editorials, and other forms of media discussion of politics	1. Toute forme de communication entreprise <i>par</i> des politiciens ou d'autres acteurs politiques dans le but d'accomplir des objectifs spécifiques. 2. La communication adressée <i>à</i> ces acteurs par des non-politiciens tels que les électeurs et les éditorialistes. 3. La communication <i>à propos</i> de ces acteurs et de leurs activités, telle que présentée dans les bulletins d'information, les éditoriaux ou d'autres formes de conversation politique dans les médias

ANNEXE 2

Liste des rallies organisés par Donald Trump lors des primaires républicaines 2016

Date of Rally	City	State	Venue
Wednesday, June 17, 2015	<u>Manchester</u>	<u>NH</u>	<u>Manchester Community College</u>
Saturday, July 11, 2015	<u>Phoenix</u>	<u>AZ</u>	<u>Phoenix Convention Center</u>
Tuesday, July 21, 2015	<u>Sun City</u>	<u>SC</u>	Magnolia Hall
Saturday, July 25, 2015	<u>Oskaloosa</u>	<u>IA</u>	<u>Oskaloosa High School</u>
Friday, August 14, 2015	<u>Hampton</u>	<u>NH</u>	<u>Winnacunnet High School</u>
Friday, August 21, 2015	<u>Mobile</u>	<u>AL</u>	<u>Ladd-Peebles Stadium</u>
Tuesday, August 25, 2015	<u>Dubuque</u>	<u>IA</u>	Grand River Center
Thursday, August 27, 2015	<u>Greenville</u>	<u>SC</u>	TD Convention Center
Friday, August 28, 2015	<u>Norwood</u>	<u>MA</u>	Home of <u>Ernie Boch, Jr.</u>
Monday, September 14, 2015	<u>Dallas</u>	<u>TX</u>	<u>American Airlines Center</u>
Tuesday, September 15, 2015	Los Angeles	<u>CA</u>	<u>USS Iowa</u>
Friday, September 25, 2015	<u>Oklahoma City</u>	<u>OK</u>	Oklahoma State Fair
Wednesday, September 30, 2015	<u>Keene</u>	<u>NH</u>	<u>Keene High School</u>
Saturday, October 3, 2015	<u>Franklin</u>	<u>TN</u>	<u>Dortch Stove Works</u>
Wednesday, October 7, 2015	<u>Waterloo</u>	<u>IA</u>	Electric Park Ballroom
Saturday, October 10, 2015	<u>Norcross</u>	<u>GA</u>	North Atlanta Trade Center
Friday, October 16, 2015	<u>Tyngsboro</u>	<u>MA</u>	Tyngsboro Elementary School
Monday, October 19, 2015	<u>Anderson</u>	<u>SC</u>	<u>Civic Center of Anderson</u>
Saturday, October 24, 2015	Jacksonville	<u>FL</u>	Jacksonville Landing
Tuesday, October 27, 2015	<u>Sioux City</u>	<u>IA</u>	<u>West High School</u>

Thursday, October 29, 2015	<u>Sparks</u>	<u>NV</u>	<u>Nugget Casino Resort</u>
Saturday, October 31, 2015	<u>Norfolk</u>	<u>VA</u>	<u>USS Wisconsin</u>
Monday, November 9, 2015	<u>Springfield</u>	<u>IL</u>	<u>Prairie Capital Convention Center</u>
Thursday, November 12, 2015	<u>Fort Dodge</u>	<u>IA</u>	<u>Iowa Central Community College</u>
Saturday, November 14, 2015	<u>Beaumont</u>	<u>TX</u>	<u>Ford Arena</u>
Monday, November 16, 2015	<u>Knoxville</u>	<u>TN</u>	<u>Knoxville Convention Center</u>
Wednesday, November 18, 2015	<u>Worcester</u>	<u>MA</u>	<u>DCU Center</u>
Thursday, November 19, 2015	<u>Newton</u>	<u>IA</u>	Maytag Auditorium, <u>DMACC</u> Newton Campus
Saturday, November 21, 2015	<u>Birmingham</u>	<u>AL</u>	<u>Birmingham–Jefferson Convention Complex</u>
Monday, November 23, 2015	<u>Columbus</u>	<u>OH</u>	<u>Greater Columbus Convention Center</u>
Tuesday, November 24, 2015	<u>Myrtle Beach</u>	<u>SC</u>	<u>Myrtle Beach Convention Center</u>
Saturday, November 28, 2015	<u>Sarasota</u>	<u>FL</u>	<u>Robarts Arena</u>
Monday, November 30, 2015	<u>Macon</u>	<u>GA</u>	<u>Macon Coliseum</u>
Tuesday, December 1, 2015	<u>Waterville Valley</u>	<u>NH</u>	White Mountain Athletic Club
Wednesday, December 2, 2015	<u>Manassas</u>	<u>VA</u>	Prince William County Fairgrounds
Friday, December 4, 2015	<u>Raleigh</u>	<u>NC</u>	<u>Dorton Arena</u>
Saturday, December 5, 2015	<u>Davenport</u>	<u>IA</u>	Mississippi Valley Fairgrounds
Saturday, December 5, 2015	<u>Spencer</u>	<u>IA</u>	Clay County Regional Events Center
Monday, December 7, 2015	<u>Mount Pleasant</u>	<u>SC</u>	<u>USS Yorktown</u>

Friday, December 11, 2015	<u>Des Moines</u>	<u>IA</u>	Varied Industries Building, <u>Iowa</u>
Saturday, December 12, 2015	<u>Aiken</u>	<u>SC</u>	<u>USC Aiken</u> Convocation Center
Monday, December 14, 2015	<u>Las Vegas</u>	<u>NV</u>	<u>Westgate Las Vegas Resort &</u>
Wednesday, December 16, 2015	<u>Mesa</u>	<u>AZ</u>	<u>Phoenix–Mesa Gateway Airport</u>
Saturday, December 19, 2015	<u>Cedar Rapids</u>	<u>IA</u>	<u>Veterans Memorial Coliseum</u>
Monday, December 21, 2015	<u>Grand Rapids</u>	<u>MI</u>	<u>DeltaPlex Arena</u>
Monday, December 28, 2015	<u>Nashua</u>	<u>NH</u>	Pennichuck Middle School
Tuesday, December 29, 2015	<u>Council Bluffs</u>	<u>IA</u>	<u>Mid-America Center</u>
Wednesday, December 30, 2015	<u>Hilton Head</u>	<u>SC</u>	The <u>Westin</u> Hilton Head Island Resort & Spa
Saturday, January 2, 2016	<u>Biloxi</u>	<u>MS</u>	<u>Mississippi Coast Coliseum</u>
Monday, January 4, 2016	<u>Lowell</u>	<u>MA</u>	<u>Tsongas Center</u>
Tuesday, January 5, 2016	<u>Claremont</u>	<u>NH</u>	<u>Stevens High School</u>
Thursday, January 7, 2016	<u>Burlington</u>	<u>VT</u>	Flynn Center for the Performing Arts
Friday, January 8, 2016	<u>Rock Hill</u>	<u>SC</u>	<u>Winthrop Coliseum</u>
Saturday, January 9, 2016	<u>Clear Lake</u>	<u>IA</u>	<u>Surf Ballroom</u>
Saturday, January 9, 2016	<u>Ottumwa</u>	<u>IA</u>	Bridgeview Center
Sunday, January 10, 2016	<u>Reno</u>	<u>NV</u>	<u>Reno Events Center</u>
Monday, January 11, 2016	<u>Windham</u>	<u>NH</u>	Castleton Banquet and Conference
Tuesday, January 12, 2016	<u>Cedar Falls</u>	<u>IA</u>	West Gymnasium, <u>University of Northern Iowa</u>
Wednesday, January 13, 2016	<u>Pensacola</u>	<u>FL</u>	<u>Pensacola Bay Center</u>
Friday, January	<u>Urbandale</u>	<u>IA</u>	<u>Living History Farms</u>

15, 2016			Visitor Center
Monday, January 18, 2016	<u>Concord</u>	<u>NH</u>	<u>Concord High School</u>
Monday, January 18, 2016	<u>Lynchburg</u>	<u>VA</u>	Vines Center, <u>Liberty University</u>
Tuesday, January 19, 2016	<u>Ames</u>	<u>IA</u>	Hansen Agriculture Student Learning Center, <u>Iowa State University</u>
Wednesday, January 20, 2016	<u>Norwalk</u>	<u>IA</u>	The Wright Place
Wednesday, January 20, 2016	<u>Tulsa</u>	<u>OK</u>	<u>Mabee Center, Oral Roberts University</u>
Thursday, January 21, 2016	<u>Las Vegas</u>	<u>NV</u>	<u>South Point Hotel, Casino & Spa</u>
Saturday, January 23, 2016	<u>Pella</u>	<u>IA</u>	Douwstra Auditorium, <u>Central College</u>
Saturday, January 23, 2016	<u>Sioux Center</u>	<u>IA</u>	<u>B. J. Haan Auditorium, Dordt College</u>
Sunday, January 24, 2016	<u>Muscatine</u>	<u>IA</u>	<u>Muscatine High School</u>
Monday, January 25, 2016	<u>Farmington</u>	<u>NH</u>	Farmington Senior High School
Tuesday, January 26, 2016	<u>Iowa City</u>	<u>IA</u>	<u>Iowa Field House, University of Iowa</u>
Tuesday, January 26, 2016	<u>Marshalltown</u>	<u>IA</u>	Roundhouse Gymnasium, <u>Marshalltown High School</u>
Wednesday, January 27, 2016	<u>Gilbert</u>	<u>SC</u>	The Barn at Harmon's
Thursday, January 28, 2016	<u>Des Moines</u>	<u>IA</u>	Sheslow Auditorium, <u>Drake University</u>
Friday, January 29, 2016	<u>Nashua</u>	<u>NH</u>	<u>Radisson Hotel</u> Nashua
Saturday, January 30, 2016	<u>Clinton</u>	<u>IA</u>	Clinton Middle School
Saturday, January 30, 2016	<u>Davenport</u>	<u>IA</u>	<u>Adler Theatre</u>
Saturday, January 30, 2016	<u>Dubuque</u>	<u>IA</u>	<u>Dubuque Regional Airport</u>

Sunday, January 31,	<u>Council Bluffs</u>	<u>IA</u>	Gerald W. Kim Middle School
------------------------	-----------------------	-----------	--------------------------------

Monday, February 1, 2016	<u>Cedar Rapids</u>	<u>IA</u>	DoubleTree Hotel Cedar Rapids Convention Center
Monday, February 1, 2016	<u>Waterloo</u>	<u>IA</u>	<u>Ramada</u> Waterloo Hotel and Convention Center
Tuesday, February 2, 2016	Milford	<u>NH</u>	Hampshire Hills Athletic Club
Wednesday, February 3, 2016	<u>Little Rock</u>	<u>AR</u>	<u>Barton Coliseum</u>
Thursday, February 4, 2016	<u>Exeter</u>	<u>NH</u>	Exeter Town Hall
Thursday, February 4, 2016	<u>Portsmouth</u>	<u>NH</u>	<u>Great Bay Community College</u>
Friday, February 5, 2016	<u>Florence</u>	<u>SC</u>	<u>Florence Civic Center</u>
Sunday, February 7, 2016	<u>Holderness</u>	<u>NH</u>	ALLWell North, <u>Plymouth State University</u>
Monday, February 8, 2016	<u>Londonderry</u>	<u>NH</u>	Londonderry <u>Lions Club</u>
Monday, February 8, 2016	<u>Manchester</u>	<u>NH</u>	<u>Verizon Wireless Arena</u>
Monday, February 8, 2016	<u>Salem</u>	<u>NH</u>	Derry-Salem Elks Lodge
Wednesday, February 10, 2016	<u>Pendleton</u>	<u>SC</u>	T. Ed Garrison Arena, <u>Clemson University</u>
Thursday, February 11, 2016	<u>Baton Rouge</u>	<u>LA</u>	<u>Baton Rouge River Center</u>
Friday, February 12, 2016	<u>Tampa</u>	<u>FL</u>	<u>USF Sun Dome, University of South Florida</u>
Monday, February 15, 2016	<u>Greenville</u>	<u>SC</u>	TD Convention Center
Tuesday, February 16, 2016	<u>Beaufort</u>	<u>SC</u>	<u>Beaufort High School Performing Arts Center</u>

Tuesday, February 16, 2016	<u>North Augusta</u>	<u>SC</u>	<u>Riverview Park Activities Center</u>
Wednesday, February 17, 2016	<u>Sumter</u>	<u>SC</u>	Sumter County Civic Center

Wednesday, February 17, 2016	<u>Walterboro</u>	<u>SC</u>	Randy and Sara White's
Thursday, February 18, 2016	<u>Gaffney</u>	<u>SC</u>	Broad River Electric Cooperative
Thursday, February 18, 2016	<u>Kiawah</u>	<u>SC</u>	Turtle Point Clubhouse, <u>Kiawah Island Golf Resort</u>
Friday, February 19, 2016	<u>North Charleston</u>	<u>SC</u>	North Charleston Convention Center
Friday, February 19, 2016	<u>Myrtle Beach</u>	<u>SC</u>	Myrtle Beach Sports Center
Friday, February 19, 2016	<u>Pawleys Island</u>	<u>SC</u>	Pawley's Plantation Golf & Country Club
Sunday, February 21, 2016	<u>Atlanta</u>	<u>GA</u>	<u>Georgia World Congress Center</u>
Monday, February 22, 2016	<u>Las Vegas</u>	<u>NV</u>	<u>South Point Hotel, Casino & Spa</u>
Tuesday, February 23, 2016	<u>Sparks</u>	<u>NV</u>	Rose Ballroom
Friday, February 26, 2016	<u>Oklahoma City</u>	<u>OK</u>	<u>Cox Convention Center</u>
Saturday, February 27, 2016	<u>Highfill</u>	<u>AR</u>	<u>Northwest Arkansas Regional Airport</u>
Saturday, February 27, 2016	<u>Fort Worth</u>	<u>TX</u>	<u>Fort Worth Convention Center</u>
Saturday, February 27, 2016	<u>Millington</u>	<u>TN</u>	<u>Millington Regional Jetport</u>
Sunday, February 28, 2016	<u>Madison</u>	<u>AL</u>	<u>Madison City Schools Stadium</u>
Monday, February 29, 2016	<u>Radford</u>	<u>VA</u>	<u>Dedmon Center, Radford University</u>
Monday, February 29, 2016	<u>Valdosta</u>	<u>GA</u>	<u>The Complex, Valdosta State University</u>
Tuesday, March 1, 2016	<u>Columbus</u>	<u>OH</u>	<u>Port Columbus International Airport</u>

Tuesday, March 1, 2016	<u>Louisville</u>	<u>KY</u>	<u>Kentucky International Convention Center</u>
Thursday, March 3, 2016	<u>Portland</u>	<u>ME</u>	The <u>Westin</u> Portland Harborview Hotel
Friday, March 4, 2016	<u>Warren</u>	<u>MI</u>	Sports & Expo Center, <u>Macomb Community College</u>
Friday, March 4, 2016	<u>Cadillac</u>	<u>MI</u>	<u>Wexford County Civic Center</u>
Friday, March 4, 2016	<u>New Orleans</u>	<u>LA</u>	<u>Lakefront Airport</u>
Saturday, March 5, 2016	<u>Orlando</u>	<u>FL</u>	<u>CFE Arena, University of Central Florida</u>
Saturday, March 5, 2016	<u>Wichita</u>	<u>KS</u>	<u>Century II Performing Arts & Convention Center</u>
Monday, March 7, 2016	<u>Concord</u>	<u>NC</u>	<u>Cabarrus Arena & Events Center</u>
Monday, March 7, 2016	<u>Madison</u>	<u>MS</u>	<u>Madison Central High School</u>
Wednesday, March 9, 2016	<u>Fayetteville</u>	<u>NC</u>	<u>Crown Coliseum</u>
Friday, March 11, 2016	<u>St. Louis</u>	<u>MO</u>	<u>Peabody Opera House</u>
Saturday, March 12, 2016	<u>Cleveland</u>	<u>OH</u>	<u>I-X Center</u>
Saturday, March 12, 2016	<u>Dayton</u>	<u>OH</u>	<u>Dayton International Airport</u>
Saturday, March 12, 2016	<u>Kansas City</u>	<u>MO</u>	<u>Midland Theatre</u>
Sunday, March 13, 2016	<u>Bloomington</u>	<u>IL</u>	Synergy Flight Center, <u>Central Illinois Regional Airport</u>
Sunday, March 13, 2016	<u>Boca Raton</u>	<u>FL</u>	Sunset Cove Amphitheater, <u>Sugar Sand Park</u>
Monday, March 14, 2016	<u>Tampa</u>	<u>FL</u>	<u>Tampa Convention Center</u>
Monday, March 14, 2016	<u>Vienna</u>	<u>OH</u>	Winner Aviation, <u>Youngstown–Warren Regional Airport</u>
Friday, March 18, 2016	<u>Salt Lake City</u>	<u>UT</u>	Infinity Event Center
Saturday, March 19, 2016	<u>Fountain Hills</u>	<u>AZ</u>	Fountain Park

Saturday, March 19, 2016	<u>Tucson</u>	<u>AZ</u>	<u>Tucson Convention Center</u>
Tuesday, March 29, 2016	<u>Janesville</u>	<u>WI</u>	Janesville Conference Center
Wednesday, March 30, 2016	<u>Appleton</u>	<u>WI</u>	<u>Radisson Paper Valley Hotel</u>
Wednesday, March 30, 2016	<u>De Pere</u>	<u>WI</u>	Byron L. Walter Theatre, <u>St. Norbert College</u>
Saturday, April 2, 2016	<u>Eau Claire</u>	<u>WI</u>	<u>Memorial High School</u>
Saturday, April 2, 2016	<u>Racine</u>	<u>WI</u>	<u>Memorial Hall</u>
Saturday, April 2, 2016	<u>Rothschild</u>	<u>WI</u>	Central Wisconsin Convention & Expo Center
Sunday, April 3, 2016	<u>West Allis</u>	<u>WI</u>	<u>Nathan Hale High School</u>

Monday, April 4, 2016	<u>La Crosse</u>	<u>WI</u>	<u>La Crosse Center</u>
Monday, April 4, 2016	<u>Milwaukee</u>	<u>WI</u>	<u>Milwaukee Theatre</u>
Monday, April 4, 2016	<u>Superior</u>	<u>WI</u>	<u>Richard I. Bong Airport</u>
Wednesday, April 6, 2016	<u>Bethpage</u>	<u>NY</u>	<u>Grumman Studios</u>
Sunday, April 10, 2016	<u>Rochester</u>	<u>NY</u>	JetSmart Aviation Services, <u>Greater Rochester International Airport</u>
Monday, April 11, 2016	<u>Albany</u>	<u>NY</u>	<u>Times Union Center</u>
Tuesday, April 12, 2016	<u>Rome</u>	<u>NY</u>	<u>Griffiss International Airport</u>
Wednesday, April 13, 2016	<u>Pittsburgh</u>	<u>PA</u>	<u>David L. Lawrence Convention Center</u>
Friday, April 15, 2016	<u>Hartford</u>	<u>CT</u>	<u>Connecticut Convention Center</u>
Friday, April 15, 2016	<u>Plattsburgh</u>	<u>NY</u>	<u>Crete Civic Center</u>
Saturday, April 16, 2016	<u>Syracuse</u>	<u>NY</u>	<u>Nicholas J. Pirro Convention Center</u> , Oncenter

Saturday, April 16, 2016	<u>Watertown</u>	<u>NY</u>	<u>Watertown International Airport</u>
Sunday, April 17, 2016	<u>Poughkeepsie</u>	<u>NY</u>	<u>Mid-Hudson Civic Center</u>
Monday, April 18, 2016	<u>Buffalo</u>	<u>NY</u>	<u>First Niagara Center</u>
Wednesday, April 20, 2016	<u>Indianapolis</u>	<u>IN</u>	Elements Financial Blue Ribbon Pavilion, <u>Indiana State Fairgrounds</u>
Wednesday, April 20, 2016	<u>Berlin</u>	<u>MD</u>	<u>Stephen Decatur High School</u>
Thursday, April 21, 2016	<u>Harrisburg</u>	<u>PA</u>	<u>Pennsylvania Farm Show Complex & Expo Center</u>
Friday, April 22, 2016	<u>Harrington</u>	<u>DE</u>	Quillen Arena, <u>Delaware State Fairgrounds</u>
Saturday, April 23, 2016	<u>Bridgeport</u>	<u>CT</u>	<u>Klein Memorial Auditorium</u>
Saturday, April 23, 2016	<u>Waterbury</u>	<u>CT</u>	<u>Crosby High School</u>
Sunday, April 24, 2016	<u>Hagerstown</u>	<u>MD</u>	Rider Jet Center, <u>Hagerstown Regional Airport</u>
Monday, April 25, 2016	<u>Warwick</u>	<u>RI</u>	Crowne Plaza Hotel Providence-Warwick
Monday, April 25, 2016	<u>West Chester</u>	<u>PA</u>	<u>West Chester University</u>

Monday, April 25, 2016	<u>Wilkes-Barre</u>	<u>PA</u>	<u>Mohegan Sun Arena at Casey Plaza</u>
Wednesday, April 27, 2016	<u>Indianapolis</u>	<u>IN</u>	<u>Indiana Farmers Coliseum</u>
Thursday, April 28, 2016	<u>Costa Mesa</u>	<u>CA</u>	<u>Pacific Amphitheatre, OC Fair & Event Center</u>
Thursday, April 28, 2016	<u>Evansville</u>	<u>IN</u>	<u>Old National Events Plaza</u>
Sunday, May 1, 2016	<u>Fort Wayne</u>	<u>IN</u>	<u>Allen County War Memorial Coliseum</u>
Sunday, May 1, 2016	<u>Terre Haute</u>	<u>IN</u>	<u>Indiana Theatre</u>
Monday, May 2, 2016	<u>Carmel</u>	<u>IN</u>	<u>The Palladium at the Center for the Performing Arts</u>
Monday, May 2, 2016	<u>South Bend</u>	<u>IN</u>	<u>Century Center</u>

Thursday, May 5, 2016	<u>Charleston</u>	<u>WV</u>	<u>Charleston Civic Center</u>
Friday, May 6, 2016	<u>Eugene</u>	<u>OR</u>	Lane Events Center
Friday, May 6, 2016	<u>Omaha</u>	<u>NE</u>	<u>Werner Enterprises Hangar, Eppley Airfield</u>
Saturday, May 7, 2016	<u>Lynden</u>	<u>WA</u>	<u>Northwest Washington Fair and Event Center</u>
Saturday, May 7, 2016	<u>Spokane</u>	<u>WA</u>	<u>Spokane Convention Center</u>
Tuesday, May 24, 2016	<u>Albuquerque</u>	<u>NM</u>	<u>Albuquerque Convention Center</u>
Wednesday, May 25, 2016	<u>Anaheim</u>	<u>CA</u>	<u>Anaheim Convention Center</u>
Thursday, May 26, 2016	<u>Billings</u>	<u>MT</u>	<u>Rimrock Auto Arena at MetraPark</u>
Friday, May 27, 2016	<u>Fresno</u>	<u>CA</u>	<u>Selland Arena</u>
Friday, May 27, 2016	<u>San Diego</u>	<u>CA</u>	<u>San Diego Convention Center</u>
Wednesday, June 1, 2016	<u>Sacramento</u>	<u>CA</u>	Sacramento Jet Center, <u>Sacramento International Airport</u>
Thursday, June 2, 2016	<u>San Jose</u>	<u>CA</u>	South Hall, <u>San Jose Convention Center</u>
Friday, June 3, 2016	<u>Redding</u>	<u>CA</u>	<u>Redding Municipal Airport</u>

ANNEXE 3 :

Liste des débats télévisés de la primaire républicaine de 2016, par ordre chronologique

#	Chaîne hôte	Date	Lieu
1	Fox News Network	6 août 2015	Cleveland, OH
2	CNN	16 septembre 2015	Simi Valley, CA
3	CNBC	28 octobre 2015	Boulder, CO
4	Fox Business	10 novembre 2015	Milwaukee, WI
5	CNN	15 décembre 2015	Las Vegas, NV
6	Fox Business	14 Janvier 2016	North Charleston, SC
7*	Fox News Network	28 janvier 2016	Des Moines, IA
8	ABC	6 février 2016	Goffstown, NH
9	CBS	13 février 2016	Greenville, SC
10	CNN	25 février 2016	Houston, TX
11	Fox News Network	3 mars 2016	Detroit, MI
12	CNN	10 mars 2016	Coral Gables, FL

* Donald Trump n'a pas pris part au débat organisé par Fox News Network à Des Moines, Iowa, le 28 janvier 2016

ANNEXE 4

Extrait 1 — Discours inaugural de candidature (New York City, NY, 16/06/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>Well, you need somebody, because politicians are all talk, no action. Nothing's gonna get done. They will not bring us— believe me— to the promised land. They will not.</i>	<i>Eh bien, vous avez besoin de quelqu'un, parce que les politiciens parlent tous, ne font rien. Rien ne sera jamais fait. Ils ne nous amènerons pas — croyez-moi— en terre promise. Ils ne nous y amènerons pas.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 2 — Discours prononcé au cours d'un rally (Sun City, IA, 21/07/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>Now, I watch as politicians are trying to claim that, and that's okay with me. You know they're all talk, no action so they won't do anything anyway just so you understand. They can talk all they want.</i>	<i>À présent, je vois que des politiciens essayent de se l'approprier, et ça me va. Vous savez qu'ils parlent tous, ne font rien donc ils n'accompliront rien de toute façon, juste pour que vous compreniez bien. Ils peuvent parler autant qu'ils veulent.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 3 — Discours prononcé au cours d'un rally (Council Bluffs, IA, 29/12/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>I just saw this, the new CNN poll: "Who is number one with handling ISIS?" Trump, 46%. No, think of it, because they know I don't mess around. They know these politicians are all talk, no action, it is all bullshit, right? All bullshit.</i>	<i>Je viens de voir ça: le nouveau sondage de CNN. "Qui serait le meilleur pour faire face à ISIS ?" Trump, 46%. Non, réfléchissez-y, parce qu'ils savent que je ne plaisante pas. Ils savent que les politiciens parlent tous, ne font rien, c'est que des foutaises, juste ? Que des foutaises.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 4 — Intervention au cours du neuvième débat télévisé des primaires républicaines organisé par CBS (Greenville, SC, 15/02/2016)

Transcription	Traduction proposée
<i>We need people that know what the hell they're doing. And politicians, they're all talk, they're no action, and that's why people are supporting me.</i>	<i>On a besoin de gens qui savent ce qu'ils font. Et les politiciens, ils parlent tous, ils ne font rien, et c'est pourquoi on me soutient.</i>

source : www.factba.se/trump

ANNEXE 5

Al Wilson — 'The Snake'

On her way to work one morning

Down the path along side the lake

A tender hearted woman saw a poor half frozen snake

His pretty colored skin had been all frosted with the dew

"Poor thing," she cried, "I'll take you in and I'll take care of you"

"Take me in tender woman

Take me in, for heaven's sake

Take me in, tender woman," sighed the snake

She wrapped him up all cozy in a comforter of silk

And laid him by her fireside with some honey and some milk

She hurried home from work that night and soon as she arrived

She found that pretty snake she'd taken to had been revived

"Take me in, tender woman

Take me in, for heaven's sake

Take me in, tender woman," sighed the snake

She clutched him to her bosom, "You're so beautiful," she cried

"But if I hadn't brought you in by now you might have died"

She stroked his pretty skin again and kissed and held him tight

Instead of saying thanks, the snake gave her a vicious bite

"Take me in, tender woman

Take me in, for heaven's sake

Take me in, tender woman," sighed the snake

"I saved you," cried the woman

"And you've bitten me, but why?"

You know your bite is poisonous and now I'm going to die"

"Oh shut up, silly woman," said the reptile with a grin

"You knew damn well I was a snake before you took me in

"Take me in, tender woman

Take me in, for heaven's sake

Take me in, tender woman," sighed the snake

source: www.genius.com

ANNEXE 6

Extrait 5 — Discours prononcé au cours d'un rally (Pensacola, FL, 13/01/2016)

Transcription	Traduction proposée
<i>I consider this to be the line on migration. Because, you know, the people that are coming in... You just have to talk to the people over in Germany. I have friends over there they can't believe it. Europe is being destroyed, is being destroyed. And Obama wants to bring in, not 10,000, not 25,000, not 65,000 as they said in the debate, he wants to bring in so many you have no idea. And we have no idea who they are. We all have a heart (...) but this could be the great Trojan Horse.</i>	<i>Je considère cela comme ma position sur la migration. Parce que, vous savez, les personnes qui arrivent... Vous n'avez qu'à vous adresser aux Allemands. J'ai des amis là-bas ils n'en croient pas leurs yeux. L'Europe est en train d'être détruite, en train d'être détruite. Et Obama veut en accueillir, non pas 10 000, non pas 25 000, non pas 65 000 comme ils l'ont dit lors du débat, ils veut en accueillir tellement, vous n'avez pas idée. Et on ne sait même pas qui ils sont. On a tous un cœur (...) mais il se pourrait que ce soit le plus grand Cheval de Troie.</i>

source : www.factba.se/trump

ANNEXE 7

Extrait 6 : Conférence de presse (Worcester, MS, 18/11/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>You know what: radical Islamic terrorism is a fact. We have a President that, nobody can understand, he doesn't want to use the term. Radical Islamic terrorism is a fact, whether you like it or not. It's a fact, and it's a very gruesome fact, it's a very, very serious problem. We have a President that doesn't want to use the term. Unless you're going use the term, you're not going to solve the problem.</i>	<i>Vous savez quoi : le terrorisme islamiste radical est un fait. Nous avons un Président qui, et personne ne peut le comprendre, ne veut pas utiliser ce terme. Le terrorisme islamiste radical est un fait, que vous le vouliez ou non. C'est un fait, et c'est un fait macabre, c'est un problème très, très sérieux. Nous avons un Président qui ne veut pas employer ce terme. À moins que vous n'utilisiez ce terme, vous n'allez jamais résoudre le problème.</i>

source : www.factba.se/trump

ANNEXE 8

Extrait 7 : Discours prononcé au cours d'un rally (Mount Pleasant, SC, 02/12/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>Donald J. Trump is calling for a total and complete shutdown of Muslims entering the United States until our country's representatives can figure out what the hell is going on. We have no choice, we have no choice, we have no choice. According to Pew Research, among others, there is great hatred towards Americans by large segments of the Muslim population.</i>	<i>Donald J. Trump appelle à un arrêt total et complet de l'entrée de musulmans aux États-Unis jusqu'à ce que les représentants de notre pays parviennent à comprendre ce qu'il se passe. Nous n'avons pas le choix, nous n'avons pas le choix, nous n'avons pas le choix. Selon Pew Research, entre autres, il y a une profonde haine envers les Américains émanant d'une large portion de la population musulmane.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 8 : Interview avec Anderson Cooper (CNN) (09/03/2016)

Transcription	Traduction proposée
<i>I think Islam hates us. There is something. There is something there, tremendous hatred. There is tremendous hatred. We have to get to the bottom of it. There is tremendous hatred towards us.</i>	<i>Je pense que l'islam nous déteste. Il y a quelque chose. Il y a quelque chose par là, une profonde haine. Il y a une profonde haine. On doit creuser la question. Il y a une profonde haine envers nous.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 9 : Discours prononcé lors d'un rally (Knoxville, TN, 16/11/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>What's happening here is a movement. I'm telling you, it's a movement. This is not- We are tired of these stupid people running our Government. I used to say they're incompetent. (...) I want to make something special, with you, with everybody. Because everybody wants to make America great again.</i>	<i>Ce qui se produit ici est un mouvement. Je vous le dis, c'est un mouvement. Ce n'est pas- Nous en avons assez de ces gens stupides à la tête de notre gouvernement. J'avais l'habitude de dire qu'ils sont incompetents. (...) Je veux faire quelque chose de spécial, avec vous, avec tout le monde. Parce que tout le monde veut rendre sa grandeur à l'Amérique.</i>

source : www.factba.se/trump

ANNEXE 9

Extrait 10 : Interview ‘With all due respect ‘ sur Bloomberg Politics (02/11/2015)

Transcription	Traduction proposée
<i>I described Jeb Bush as a low-energy individual, and unfortunately for him it stuck. And it's true that he is a low-energy individual. That does not make him a bad person. But when you negotiate with the Chinese, who are fierce people, they don't expect a low-energy individual. (...) The message is great. But the delivery is poor.</i>	<i>J'ai décrit Jeb Bush comme un faiblard, et malheureusement pour lui ça lui a collé à la peau. Et c'est vrai que c'est un faiblard. Ça ne fait pas de lui une mauvaise personne. Mais quand vous négociez avec les Chinois, des personnes féroces, ils ne s'attendent pas à un faiblard. (...) Le message qu'il porte est bon. Mais son expression est mauvaise.</i>

source : www.factba.se/trump

Extrait 11 : Intervention lors d'un débat télévisé (North Charleston, SC, 14/01/2016)

Transcription	Traduction proposée
<i>We don't need a weak person as President of the United States. Because that's what we're getting if it were Jeb.</i>	<i>Nous n'avons pas besoin d'une personne faible comme Président des États-Unis. Parce que c'est ce que nous aurons si Jeb est élu.</i>

source : www.factba.se/trump