



## Études de stylistique anglaise

13 | 2018  
Révolution(s)

---

# « Only the Fake News Media and Trump enemies want me to stop using Social Media » : La rhétorique populiste de Donald Trump sur Twitter

Myriam Boulin et Elizabeth Levy

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/esa/3186>

DOI : 10.4000/esa.3186

ISSN : 2650-2623

### Éditeur

Société de stylistique anglaise

### Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2018

Pagination : 67-94

ISBN : 978-2-36442-083-0

ISSN : 2116-1747

### Référence électronique

Myriam Boulin et Elizabeth Levy, « « Only the Fake News Media and Trump enemies want me to stop using Social Media » : La rhétorique populiste de Donald Trump sur Twitter », *Études de stylistique anglaise* [En ligne], 13 | 2018, mis en ligne le 20 mars 2019, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/esa/3186> ; DOI : 10.4000/esa.3186

---

# « Only the Fake News Media and Trump enemies want me to stop using Social Media »<sup>1</sup> : La rhétorique populiste de Donald Trump sur Twitter

Myriam BOULIN  
Université Paris 1 Pathéon – Sorbonne  
CLILLAC-ARP, Paris Diderot – Paris 7

Elizabeth LEVY  
Université Paris 1 Pathéon – Sorbonne  
IDHES

## Introduction

Le 1<sup>er</sup> août 2017, le quarante-cinquième président des États-Unis, Donald Trump, twittait : « *Only the Fake News Media and Trump enemies want me to stop using Social Media (110 million people). Only way for me to get the truth out!* », faisant ainsi le portrait d'une Amérique divisée au sein de laquelle on trouverait une armée d'ennemis puissants d'une part et un « Twitter in chief » détenteur de la vérité et soutenu par le peuple américain d'autre part.

Journalistes et commentateurs de la vie politique américaine s'accordent pour souligner le caractère sans précédent de l'utilisation faite par Donald Trump de la plateforme de microblogging Twitter, qu'il s'agisse de la quantité de tweets produits, du contenu de ces tweets ou de l'idiolecte du président (Crockett 2016, Golshan 2017, MacLeod 2018). Le compte officiel du président des États-Unis @Potus compte 24,4 millions de *followers* tandis que son compte personnel

---

<sup>1</sup> Tweet de Donald Trump, 1<sup>er</sup> août 2017.

@realDonaldTrump, qui reste son compte le plus actif, en rassemble 55,6 millions. Donald Trump écrit en moyenne 6,7 tweets par jour, généralement tôt le matin, et en a publié plus de 2 600 au cours de sa seule première année de mandat. L'activité du président sur le réseau social fait partie intégrante de l'actualité politique américaine et mondiale : ses tweets sont quotidiennement retwittés, partagés sur les réseaux sociaux, puis relayés et analysés dans les médias traditionnels<sup>2</sup>.

La réception de ces tweets est contrastée. Certains, y compris des membres républicains du Congrès, ont parlé d'une utilisation de Twitter qui serait « anormale » et « indigne d'un président américain » (Greenwood 2017)<sup>3</sup>. D'autres, en revanche, vantent une utilisation « très efficace » et n'« étant pas due au hasard » (Buncombe 2018)<sup>4</sup>. D'aucuns apprécient son franc-parler, alors que pour d'autres il n'est qu'une « brute » (« *bully* ») qui provoque et choque. Lorsque replacés dans un contexte plus large, les tweets du président sont mentionnés comme autant d'exemples du caractère populiste de la présidence de Donald Trump (Henetton 2018) et c'est cette dimension que cette étude vise à examiner en détail.

Si le caractère populiste de la présidence de Donald Trump est souvent interrogé et si les tweets du président sont régulièrement décortiqués, ces deux aspects sont rarement mis en relation de manière systématique. La tâche est en effet ardue à plusieurs égards. D'une part, c'est la définition même du populisme qui pose problème car « nous savons intuitivement à quoi nous nous référons lorsque nous appelons populiste un mouvement ou une idéologie, mais nous éprouvons la plus grande difficulté à traduire cette intuition en concepts » (Laclau, cité par Nouchi 2018). Si on peut trouver des définitions simples du populisme telles que « discours politique s'adressant aux classes populaires, fondé sur la critique du système et de ses représentants »<sup>5</sup>, ces définitions exigent d'être complexifiées et ce d'autant plus lorsqu'il est question de la « marque de fabrique populiste » (« *brand of populism* ») (Baum 2017, Gabler 2016, Rubin 2018) de Donald Trump. D'autre part, le médium

<sup>2</sup> Le 11 juillet 2018, la recherche « Donald Trump + Twitter » donne plus de six cents millions de résultats sur le moteur de recherche Google.

<sup>3</sup> Le sénateur de la Caroline du Sud Lindsey Graham a évoqué un usage « *beneath the office* », tandis que le sénateur du Nébraska, Ben Sasse a affirmé : « *This isn't normal and it's beneath the dignity of your office* ».

<sup>4</sup> Buncombe (2018) évoque un style « *brash, petulant and aggressive* » mais « *also very effective* ».

<sup>5</sup> Il s'agit là de la deuxième définition fournie par le moteur de recherche Google le 23 novembre 2018.

utilisé, Twitter, présente aussi des défis à une étude systématique : d'abord, le corpus est en renouvellement constant. Ensuite, cette accumulation de tweets peut produire deux effets contradictoires, quand ils ne sont considérés que dans leur immédiateté : la multiplication des réactions à chaud mais aussi l'oubli rapide, un tweet en chassant un autre. Enfin, les tweets de Donald Trump peuvent conduire à des analyses psychologisantes qui viseraient à « deviner » ou à « interpréter » ce qu'il essaie de faire ou de dire mais qui seraient stériles.

Cette étude allie des perspectives civilisationnelles et linguistiques de manière à interroger le populisme de Donald Trump à l'aune de ses tweets. Pour ce faire, nous nous proposons de replacer l'utilisation qui est faite de Twitter par le président dans le cadre institutionnel plus large de la présidence américaine, puis, dans une perspective d'analyse de discours, de nous intéresser plus spécifiquement à la rhétorique déployée par le président sur le réseau social pour saisir les contours, limites et ambiguïtés de sa stratégie discursive populiste. L'analyse s'appuie sur une étude quantitative et qualitative des 3081 tweets publiés par Donald Trump entre son investiture le 20 janvier 2017 et le 31 mai 2018<sup>6</sup>.

## « Twitter in chief », populisme et présidence moderne

Le 1<sup>er</sup> juillet 2017, Donald Trump twittait : « *My use of social media is not Presidential – it's MODERN DAY PRESIDENTIAL. Make America Great Again!* », répondant ainsi aux critiques qui lui reprochaient son usage jugé abusif de Twitter et proposant une clef de lecture de son activité sur le réseau social. L'idée d'une utilisation des réseaux sociaux qui serait celle d'un « président moderne » mérite d'être fouillée.

### *La présidence rhétorique*

L'histoire américaine a été marquée par une transformation progressive de la présidence, l'exécutif étant celui des trois pouvoirs qui a le plus évolué depuis que les Pères fondateurs en ont donné une définition originelle dans la Constitution. Les historiens de la présidence soulignent un « accroissement tendanciel des pouvoirs du président depuis les

---

<sup>6</sup> Tweets exportés de la base de données <http://www.trumptwitterarchive.com/>. Les retweets sont exclus de l'analyse.

origines, tout particulièrement au XX<sup>e</sup> siècle à partir de Franklin D. Roosevelt » (Lacorne 2007) et ainsi le développement d'une « présidence moderne » (Zoller 2014) qualifiée à partir des années 1970 de « plébiscitaire » et parfois même d'« impériale » car en proie à des excès mettant à mal l'équilibre institutionnel américain (Schlesinger 1973, Rudalevige 2006).

L'essor de la fonction présidentielle s'accompagne de celui de la parole présidentielle. La « présidence moderne » s'appuie sur un volet administratif et un volet rhétorique, se liant à l'administration de manière à légitimer le leadership présidentiel face aux autres pouvoirs et s'accompagnant d'un recours accru aux médias, qui donnent aux présidents la possibilité d'établir un lien direct avec la population (Milakis 2007). Alors qu'au XIX<sup>e</sup> siècle les présidents américains ne faisaient pas campagne, s'adressaient indirectement au Congrès et que la rhétorique présidentielle était cantonnée à des adresses à de hauts dignitaires, la présidence est devenue « rhétorique » dans la mesure où le président fait campagne lui-même, s'exprime publiquement et quotidiennement et se sert de sa parole pour gouverner. Plus largement, « de nos jours, le fait que les présidents aient le devoir de sans cesse se défendre publiquement, de pousser des propositions de lois dans l'ensemble du pays et de galvaniser la population semble tomber sous le sens. Nombreux sont ceux pour qui cette « fonction » présidentielle n'est pas un devoir parmi d'autres mais bien l'essence même de la présidence » (Tulis 2017).

Théoricien de la « présidence rhétorique », Tulis la fait remonter à Theodore Roosevelt et Woodrow Wilson. En 1906, Roosevelt, soucieux d'assurer le vote du *Hepburn Act*, rompt avec la tradition du devoir de réserve présidentiel et passe outre le Congrès (« *over the heads of Congress* ») en parlant publiquement du texte à adopter à de nombreuses reprises. Wilson poursuit ensuite cette transformation et c'est Franklin Roosevelt et ses causeries au coin du feu (*fireside chats*) qui entérine durablement la présidence rhétorique. Tulis souligne que la présidence rhétorique doit être appréhendée comme un changement institutionnel profond mais aussi comme une transformation politique majeure et le signe d'un nouveau système de gouvernance. L'apparition de nouvelles technologies de communication a contribué à accélérer le phénomène. En parlant au peuple américain à la radio dès 1933, Franklin D. Roosevelt peut rentrer dans l'intimité des foyers des américains et ainsi les convaincre du bien-fondé de ses projets. Ike Eisenhower est le premier président américain à faire un clip vidéo de campagne alors que Richard

Nixon fait les frais de cette évolution lorsque le débat télévisé qui l'oppose à John F. Kennedy est présenté comme une des causes de la défaite lors de l'élection de 1960. Ronald Reagan est pour sa part surnommé « *The great communicator* ».

**« *Trump's brand of populism* »**

Benoit à la Guillaume (2012 : 118) souligne que le développement de la présidence rhétorique s'accompagne du développement de codes et de normes et que la prise de parole présidentielle n'est pas exempte de règles « qui régissent le discours des présidents américains [et] découlent des exigences de la fonction, de la standardisation qu'entraîne la professionnalisation de la production des discours et de la position dominante qu'occupe le chef de l'État ». Le candidat, mais aussi le président Trump, semblent ne jamais avoir fait grand cas de ces règles et il a tout d'abord été qualifié de populiste du fait de sa rhétorique.

Bien avant d'entrer en politique, Donald Trump faisait déjà l'objet d'une large couverture médiatique et rentrait dans l'intimité de millions de foyers américains grâce à son émission de télé-réalité *The Apprentice*. Le candidat Trump a rapidement suscité l'intérêt du fait du caractère atypique de ses discours et propos qui semblaient en alignement direct avec le personnage public qui était déjà le sien. Daileda (2016) et Golshan (2017) soulignent que son style oral est informel et caractérisé par de nombreuses digressions et auto-interruptions. Interviewé par Golshan (2017), le linguiste Pullum qualifie le discours de Donald Trump de « désorganisé », et remarque qu'il fait peu usage de l'hypotaxe mais préfère des structures non complexes<sup>7</sup>. Hall Jamieson et Taussig (2017) soulignent les caractéristiques spécifiques des discours de Donald Trump : le président américain s'est façonné une identité politique fondée sur une rhétorique disruptive, dans la mesure où il improvise ses discours, ignore les conseils de spécialistes, refuse de se conformer aux règles d'un discours argumentatif fondé sur des preuves, peut souvent être taxé d'impolitesse, attaque la légitimité des institutions démocratiques américaines, et se décrit comme le sauveur d'un pays en perdition.

Ainsi, même si Donald Trump était un « populiste improbable » (Kazin 2018) dans la mesure où sa fortune et son passé d'homme

---

<sup>7</sup> « It's bursts of noun phrases, self-interruptions, sudden departures from the theme, flashes of memory, odd side remarks. ... It's the disordered language of a person with a concentration problem » (Pullum, cité par Golshan, 2017).

d'affaires ne le prédisposaient pas à devenir le candidat de millions d'américains de classes moyenne et populaire, Rosanvallon (*L'Atelier du Pouvoir* 2017) souligne qu'on relève dans son discours d'investiture toutes les caractéristiques de la rhétorique populiste : recours au protectionnisme et au nationalisme d'exclusion, vision d'un peuple qui fait bloc face à des élites et d'une démocratie qui devrait être directe entre le peuple et ses leaders.

Le populisme du quarante-cinquième président américain n'est cependant pas sans ambiguïtés<sup>8</sup>. Il existe un flou problématique de cette notion qui n'est que renforcé lorsque ce concept est utilisé pour analyser la rhétorique présidentielle de Donald Trump mais aussi sa pratique politique. Aux États-Unis, le terme « populiste » fait historiquement référence au mouvement de défense agraire du « People's Party » en 1890 et la notion est de nos jours perçue de manière contradictoire : « les chercheurs se demandent s'il s'agit d'un credo, d'un style, d'une stratégie politique, d'un outil de marketing ou d'une combinaison de ces éléments. Les populistes sont acclamés comme protecteurs des valeurs et des besoins de la majorité laborieuse et ils sont condamnés en tant que démagogues qui se nourrissent de l'ignorance des populations peu éduquées » (Kazin 2017). Mudde et Kaltwasser (2017) proposent une définition suffisamment élastique du concept pour généralement faire consensus et pouvant servir de première piste de réflexion. Selon eux, le populisme repose sur trois piliers que sont : (1) la centralité du peuple, (2) l'idée que ce peuple est lui-même opposé à une élite et (3) l'idée qu'il existerait une « volonté générale » du peuple, qui confère au leader populiste une légitimité d'ordre moral car c'est à lui que revient la responsabilité de mettre en œuvre cette volonté. A ces trois piliers s'ajoutent des caractéristiques du leader populiste, qui peut prendre plusieurs formes mais qui est prototypiquement un « homme fort et charismatique » (*charismatic strongman*)<sup>9</sup>.

Si Trump rentre dans cette définition, toutes les caractéristiques de son populisme propre n'y sont pas prises en compte. Même si le

---

<sup>8</sup> Le 9 juillet 2018, on trouvait plus de six millions de résultats lorsqu'on recherchait « Donald Trump + populist » sur le moteur de recherche Google.

<sup>9</sup> Mudde et Kaltwasser (2017) signalent que tous les leaders populistes ne sont pas des hommes forts et que tous les hommes forts ne sont pas populistes. Les leaders populistes se présentent alors comme des hommes d'action, qui ne craignent pas de prendre des décisions difficiles contre l'avis des « experts », sont fermes et peuvent parfois même faire preuve de violence. En outre, il est souvent fait grand cas de la virilité du leader.

programme, la rhétorique et la pratique politique de Donald Trump ont été qualifiés de populistes du fait du recours récurrent aux thématiques relevées par Rosanvallon (*L'Atelier du Pouvoir* 2017), certains ont insisté sur le décalage qu'il existait entre la rhétorique populiste du président et l'absence de mise en place d'un type de gouvernement qui serait populiste : somme toute, la plupart des mesures mises en œuvre par le président s'apparenteraient à celles habituellement mises en place lors d'une présidence républicaine (Hankla 2017). En outre, Donald Trump entretient un rapport ambivalent aux notions de peuple et d'élite, décrivant les élites d'une part mais soulignant que les personnes qui le soutiennent et lui-même font partie de cette catégorie d'autre part (Graham 2018). Il se présente comme un leader charismatique mais se présente aussi comme la victime d'attaques répétées et injustes de détracteurs et comploteurs (Rubin 2018).

#### **« *Twitter in chief* »**

Twitter renforce la plupart des constats faits au sujet du caractère imprévisible et populiste de la présidence de Donald Trump, mais en souligne également les ressorts et les ambiguïtés. En effet, même si Donald Trump n'est pas le premier président à utiliser les réseaux sociaux, il fait une utilisation de Twitter radicalement différente de celle de son prédécesseur Barack Obama, considéré comme un expert en matière d'usage de Twitter tout au long de ses deux mandats. Certains des tweets du quarante-quatrième président américain comptent parmi les plus likés et retwittés de l'histoire et ses détracteurs ont pu lui reprocher de tout miser sur la communication au détriment de la substance. Donald Trump, au contraire, donne l'impression de couper court à toute stratégie de communication policée en utilisant le réseau social. Interviewé par MacLeod (2017), Poplack explique que le président affectionne l'hyperbole et de façon générale, l'exagération, ce qui se traduit par exemple dans ses tweets par un recours fréquent à la capitalisation et à des points d'exclamation. Des analyses de ses tweets avant son élection montrent qu'il utilise un lexique surtout négatif et simple, avec beaucoup d'adjectifs monosyllabiques (Crockett 2016). Il a également été noté que les tweets de Donald Trump sont sans ambiguïté et qu'ils sont répétitifs (MacLeod 2017). Alors que certains, comme Pullum, voient dans le style de Donald Trump le signe d'un manque de concentration et de réflexion



(Golshan 2017)<sup>10</sup>, d'autres, comme Lakoff (2018), affirment que derrière ce style simple et direct se cache une stratégie bien précise : selon lui, Donald Trump tweete pour mentionner une idée qu'il veut être le premier à proposer, pour faire diversion, pour attaquer un opposant, ou pour tester la réaction du public à une idée ou un événement donné.

Il est manifeste que l'usage qui est fait par Donald Trump de Twitter et qu'il décrit lui-même comme étant celui d'un « président moderne » lui est propre et n'a pas d'équivalent sur les comptes des autres chefs d'État des démocraties occidentales (Wootson Jr. 2017). Les tweets de Donald Trump posent des questions institutionnelles et mettent en évidence des flous juridiques qui n'avaient jamais été relevés au cours des mandats de Barack Obama. A la question de savoir quel était le statut des tweets du président, Sean Spicer, l'ancien porte-parole de la Maison Blanche, avait déclaré : « Le président est le président des États-Unis, ce qui signifie que les tweets sont considérés comme des déclarations officielles du président des États-Unis » (Landers 2017). Quelles sont donc leurs conséquences en termes diplomatiques ? De la même manière, le président a-t-il le droit d'effacer des tweets, sachant que toute communication présidentielle doit être archivée ? Le président peut-il bloquer l'accès à son compte à des utilisateurs de Twitter, sachant que le droit à la liberté d'expression des Américains est garanti par la Constitution<sup>11</sup> ?

L'utilisation qui est faite par Donald Trump de son compte personnel au détriment du compte Twitter officiel du président américain ébranle l'institution qu'est la présidence en invitant à s'interroger sur la frontière entre l'homme et la fonction. La question de la personnification de la fonction entretient l'idée d'un homme fort et charismatique qui constitue un des piliers du populisme. Tulis (2017) souligne que l'utilisation systématique et déraisonnée qui est faite de Twitter par Donald Trump ne peut que porter préjudice aux institutions et invite à s'interroger quant à l'avenir de la démocratie américaine, suggérant que la présidence rhétorique serait à bout de souffle.

---

<sup>10</sup> « His speech suggests a man with scattered thoughts, a short span of attention, and a lack of intellectual discipline and analytical skills » (Pullum, cité par Golshan 2017).

<sup>11</sup> Donald Trump a récemment fait appel d'une décision d'une juge de l'État de New York selon laquelle le premier amendement de la Constitution garantit un droit à la liberté d'expression interdisant *de facto* au président de bloquer des utilisateurs sur Twitter (CBS News 2018).

Si la dimension populiste des tweets de Donald Trump semble donc avérée et si elle suscite bon nombre d'inquiétudes quant au futur du bon fonctionnement des institutions et de la démocratie américaine, il semble alors nécessaire de mieux saisir les contours et les ambiguïtés du populisme de Donald Trump sur Twitter en se livrant à une analyse plus détaillée de ses tweets.

### **#rhétoriquepopuliste ?**

Les tweets de Donald Trump présentent des caractéristiques d'un discours populiste à plusieurs égards. D'une part, on y trouve des thématiques populistes : opposition aux élites, protectionnisme économique et refus de l'immigration. D'autre part, les piliers du populisme tel qu'il est défini par Mudde et Kaltwasser (2017) apparaissent dans les stratégies discursives déployées dans les tweets du président Trump : le peuple est présenté comme central et indivisible, il est opposé à une élite, et est mené par un leader qui accomplit la volonté générale. La simplicité lexicale et syntaxique, les vocatifs, exagérations et l'emploi de surnoms participent à construire une proximité entre lui et le peuple, contre l'élite ennemie constituée des démocrates et des médias. A cela s'ajoutent des procédés mis en œuvre pour légitimer la parole du président américain. L'éloge de soi et le dénigrement des autres sont également deux procédés complémentaires fréquents dans les tweets présidentiels, qui permettent de cultiver une image de leader fort et charismatique.

#### ***Des thématiques populistes***

Twitter permet à Donald Trump de contourner les médias traditionnels pour s'adresser à ses soutiens. Dans ses tweets, le monde semble divisé entre le peuple (dont il ferait partie) et l'élite ennemie, constituée principalement des démocrates et des médias. Cette thématique ainsi que celles du protectionnisme économique et du refus de l'immigration sont présentes dans presque un quart de ses tweets.

#### ***Opposition aux élites : attaque des démocrates et des médias***

Une des caractéristiques du populisme est l'attaque des élites. Twitter permet à Trump de mener des attaques fréquentes et répétées

contre ces dernières. Le concept d'élite est mouvant dans les tweets et tout contre-pouvoir peut être identifié comme tel<sup>12</sup>. Ainsi, ce sont tour à tour les démocrates/progressistes, les médias, les juges, mais aussi des élus républicains qui ne le soutiennent pas suffisamment qui sont dénigrés pour leur opposition. Le système politique américain dans son ensemble peut aussi être identifié comme une élite défavorable aux intérêts populaires.

Groupe visé	Nombre de tweets concernés	Pourcentage de tweets concernés	Pourcentage de tweets négatifs
Presse et médias	325	10,5 %	82,8 %
Démocrates et libéraux	284	9,2 %	90,5 %

Tableau 1 : Attaque des élites dans les tweets de Donald Trump du 20 janvier 2017 au 31 mai 2018.

Le tableau 1 ci-dessus montre que les démocrates et les médias sont les cibles principales de Donald Trump, qui mentionne le groupe des démocrates ou progressistes (*liberals*) dans 9,2% de ses tweets, soit presque un tweet sur dix<sup>13</sup>. Dans 90,5% des cas, les démocrates sont caractérisés négativement, voire diabolisés. Ils sont accusés d'obstructionnisme, de corruption, d'hypocrisie, et il est affirmé qu'ils ne se préoccupent pas du sort des Américains, font de mauvaises lois, sont pathétiques et manquent d'intelligence.

Donald Trump s'attaque également aux médias, dont il commente l'activité dans 10,5% de ses tweets<sup>14</sup>. Parmi ces tweets, 82,8% dénigrent la presse et les médias, et 67,7% qualifient explicitement le quatrième pouvoir de « *fake* »<sup>15</sup>. Le mot « *media* » lui-même est caractérisé négativement dans 91,5% des cas. Dans le tweet 1 ci-dessous, démocrates

<sup>12</sup> Donald Trump a cependant déclaré le 21 juin 2018 être plus riche et plus intelligent que cette élite (qu'il appelle « *the other side* »), revendiquant le droit d'être appelé élite à leur place.

<sup>13</sup> Nous n'avons comptabilisé ici que les tweets qui faisaient directement référence aux démocrates en tant que groupe et contenaient les mots « *democrat* » et/ou « *Dems* » et/ou « *liberal* ». Les tweets mentionnant des personnalités démocrates individuellement ne sont donc pas inclus et viendraient s'ajouter à ce résultat.

<sup>14</sup> Ensemble des tweets faisant directement référence à la presse et aux médias (inclut des annonces de conférences de presses et interviews).

<sup>15</sup> Ensemble des tweets contenant les termes « *fake news* », « *fake media* » et « *fake mainstream media* ».

et médias sont associés et les médias sont appelés « *the opposition party* » ; l'amalgame est donc fait entre élite démocrate et médias.

(1) [Jan 30, 2017 09:23:49 AM](#) Where was all the outrage from Democrats and the opposition party (the media) when our jobs were fleeing our country?

### *Le protectionnisme économique et le refus de l'immigration*

Les deux idées phares du candidat Trump étaient le protectionnisme économique, s'incarnant dans la création d'emplois et la défense du travailleur américain moyen, thèmes que l'on retrouve dans 8% des tweets<sup>16</sup>, ainsi que le refus de l'immigration, avec un projet de construction d'un mur à la frontière mexicaine pour empêcher l'entrée d'immigrants illégaux et de dangereux criminels aux Etats-Unis, idées retrouvées dans 6,2% des tweets (cf Tableau 2 ci-dessous).

<b>Thématique populiste</b>	<b>Nombre de tweets concernés</b>	<b>Pourcentage de tweets concernés</b>
Protectionnisme économique	247	8 %
Immigration	191	6,2 %

Tableau 2 : Thématiques populistes dans les tweets de Donald Trump du 20 janvier 2017 au 31 mai 2018.

### *Stratégies discursives populistes*

#### *Peuple vs. élites*

Différents procédés linguistiques sont mobilisés pour opposer Donald Trump et le peuple américain d'une part, et l'élite politique démocrate et les médias identifiés comme des ennemis d'autre part.

---

<sup>16</sup> Seuls les tweets contenant les mots et expressions suivantes : *MAGA, America First, jobs, make America great again* ont été comptabilisés ici. Le thème du protectionnisme économique est abordé dans d'autres tweets sous des formes plus ponctuelles qui n'ont pas été prises en compte ici.

■ Parler comme le peuple

L’usage répété de plusieurs procédés place Donald Trump du côté de la langue simple et claire du peuple, par opposition au jargon sophistiqué des élites érudites<sup>17</sup>.

• Des mots simples

Différents commentateurs (Crockett 2016, Golshan 2017) ont souligné l’extrême simplicité du lexique utilisé par Donald Trump sur Twitter. L’absence de jargon le démarque des élites politiques traditionnelles et le range du côté du peuple. Sclafani remarque que Trump parle comme « Monsieur Tout-le-monde » (Inzaurrealde 2017), ce qui est typique d’un leader populiste (Mudde & Kaltwasser 2017). On constate un gommage de la complexité de la réalité au profit d’un vocabulaire vague qui permet de rassembler et d’interpréter la réalité sous le prisme binaire du bien et du mal, des amis et des ennemis. Le tableau suivant montre la fréquence d’utilisation que Donald Trump fait de quelques mots courts.

	Nombre d’occurrences (sur 3081 tweets)	Fréquence d’utilisation dans le corpus
great	745	24,2%
people	338	11,0%
very	285	9,3%
many	196	6,4%
good	149	4,8%
bad	101	3,3%

Tableau 3 : Fréquence d’utilisation de certains mots courts par Donald Trump sur Twitter, du 20 janvier 2017 au 31 mai 2018.

L’adjectif évaluatif « *great* » apparaît dans presque un tweet sur quatre pendant la période étudiée. A l’instar des adjectifs *good* et *bad*, *great* est lexicalement pauvre, puisqu’il est hyperonyme d’un grand nombre d’adjectifs évaluatifs positifs. Comme les autres mots de cette liste, ces adjectifs ont un champ référentiel très large. Cette simplification

<sup>17</sup> Notons que depuis que le nombre de caractères maximum des tweets est passé de 140 à 280 en novembre 2017, Donald Trump produit de plus en plus souvent des phrases plus longues à la syntaxe plus complexe.

lexicale renvoie l'image d'un monde binaire où l'on trouve le bien (*good*, *great*) d'un côté et le mal (*bad*) de l'autre.

- Une syntaxe peu complexe

En plus de ce lexique simple, Donald Trump procède à un épurement syntaxique en préférant les phrases non complexes et courtes. Plus d'un quart (26,8%) des phrases qu'il forme sur Twitter contiennent 5 mots ou moins, et 13% n'en contiennent qu'entre 1 et 3. Cela est illustré par les exemples (2) et (3), dont les phrases sont souvent composées très simplement d'un sujet, un verbe et un complément, voire de phrases non verbales très courtes (« Likewise @CNN », « Sad! », « Politics! »)<sup>18</sup>.

(2) Feb 24, 2017 10:09:18 PM FAKE NEWS media knowingly doesn't tell the truth. A great danger to our country. The failing @nytimes has become a joke. Likewise @CNN. Sad!

(3) Apr 27, 2017 09:37:30 AM I promise to rebuild our military and secure our border. Democrats want to shut down the government. Politics!

- Un registre informel

L'absence de formalisme de Donald Trump le distingue des hommes politiques classiques et participe à la construction de l'image d'un homme du peuple. Dans l'exemple (4), il utilise une injonction assez familière (« *Come on* ») suivie d'un encouragement tout aussi informel : « *You can do it* ». Le déroulement du processus législatif est décrit dans des termes traditionnellement utilisés dans le cadre de rencontres sportives.

(4) Jul 27, 2017 06:24:52 AM Come on Republican Senators, you can do it on Healthcare. After 7 years, this is your chance to shine! Don't let the American people down!

- Définir le peuple en s'adressant à lui

Donald Trump n'utilise pas Twitter pour répondre aux personnes qui s'adressent à lui mais exclusivement pour parler au peuple. A la suite

---

<sup>18</sup> Nous étudions l'usage que Donald Trump fait de ces mots-phrases conclusifs un peu plus bas.

de Page (2012), Paveau (2013) appelle cette utilisation non interactive de Twitter du « Broadcast talk »<sup>19</sup>.

- Des vocatifs

Le président interpelle régulièrement les citoyens américains dans ses tweets avec des vocatifs, comme dans le tweet (5) ci-dessous où le pronom personnel *you* est capitalisé.

(5) Jan 18, 2018 04:04:36 PM AMERICA will once again be a NATION that thinks big, dreams bigger, and always reaches for the stars. **YOU** are the ones who will shape America's destiny. **YOU** are the ones who will restore our prosperity. And **YOU** are the ones who are MAKING AMERICA GREAT AGAIN! #MAGA

On trouve le pronom personnel *you* dans 5,8% des tweets du corpus. Dans ces tweets, Trump s'adresse à l'ensemble du peuple américain dans 42,3% des cas (« *I am pleased to inform you (...)* »), à ses supporters dans 18,3% des cas (« *Nebraska - make sure you get out to the polls and VOTE for Deb Fischer today!* »), et à des victimes ou héros américains dans 39,4% des cas (« *Thank you* », « *We are with you* »).

En s'adressant directement à lui dans ses tweets, Donald Trump redéfinit le peuple américain. En effet, on remarque que le nom « *people* », ainsi que le pronom « *you* » quand il désigne en apparence l'ensemble du peuple américain, désignent en fait ses supporters. Donald Trump s'attache à homogénéiser le « peuple » américain, à le présenter comme indivisible pour s'en faire le défenseur, en s'adressant tout simplement à sa base électorale comme si elle était le peuple entier. Il ignore ainsi l'existence de citoyens démocrates. Dans son discours, ses opposants font exclusivement partie de l'élite politique à combattre. Une autre lecture de cette stratégie discursive serait qu'il exclut du « peuple » américain tous les citoyens non favorables à son gouvernement. C'est ce que l'on voit dans le tweet (6) ci-dessous, dans lequel le peuple américain est loué pour sa clairvoyance qui lui a permis de passer outre les reportages médiatiques négatifs sur le président, pour le faire remonter dans les sondages. Le

---

<sup>19</sup> Donald Trump fait très peu usage du technolangage propre aux utilisateurs de Twitter : on trouve dans ses tweets peu de technomots (hashtags), les citations directes sont préférées aux retweets, il ne répond pas souvent à des tweets qui l'interpellent et il ne répond pas aux commentaires.

peuple est ici uniquement constitué des citoyens qui ont une bonne opinion de Donald Trump.

(6) May 15, 2018 09:08:21 AM Can **you** believe that with all of the made up, unsourced stories I get from the Fake News Media, together with the \$10,000,000 Russian Witch Hunt (there is no Collusion), I now have my best Poll Numbers in a year. Much of the Media may be corrupt, but **the People** truly get it!

On retrouve cette même référence au peuple américain présenté comme indivisible et dont Donald Trump se fait le défenseur dans les tweets (4) et (5) présentés plus haut.

• Figures d'exagération : Hyperbole, emphase

On trouve dans les tweets de Donald Trump de nombreuses exagérations, par lesquelles le président fait appel à l'empathie du citoyen et galvanise ainsi ses soutiens. 43,4% de ses tweets se terminent par un point d'exclamation, et 64,6% en contiennent au moins un. 6,4% de ses tweets contiennent au moins une question. Le lecteur est appelé à partager les victoires de Donald Trump, comme dans le tweet (7) dans lequel le président attribue la fin de la guerre de Corée aux actions américaines et appelle explicitement les citoyens américains à célébrer une victoire, mais aussi son indignation comme dans les tweets (3) (plus haut) ou (8) ci-après.

(7) Apr 27, 2018 05:55:48 AM KOREAN WAR TO END! The United States, and all of its GREAT people, should be very proud of what is now taking place in Korea!

Dans l'exemple (3) plus haut, Donald Trump se dissocie de ce jeu politique avec ce mot-phrase exclamatif « *Politics!* » qui exprime son mépris pour ces tactiques de politicien. Il sollicite par cette exclamation l'empathie du peuple et se positionne clairement de son côté, contre l'élite démocrate. Il se place lui-même en dehors du système institutionnel dont il est pourtant, en tant que président, une des pièces maîtresses.

Dans le tweet (8) ci-dessous, Donald Trump aligne cinq points d'interrogation pour signifier son indignation face à une injustice et réclamer le soutien du peuple contre des forces ennemies.

(8) Oct 30, 2017 09:25:09 AM Sorry, but this is years ago, before Paul Manafort was part of the Trump campaign. But why aren't Crooked Hillary & the Dems the focus?????



L'hyperbole est également utilisée par le président pour diaboliser ses ennemis, comme dans le tweet (9) ci-dessous, dans lequel on trouve les adjectifs évaluatifs hyperboliques « *terrible* » et « *evil* ». L'expression « *like never before* » (comme ça ne s'était jamais vu) est elle aussi hyperbolique et s'inscrit dans un champ lexical guerrier (« *fighting back* »).

(9) Oct 29, 2017 4:09 PM The Dems are using this **terrible** (and bad for our country) Witch Hunt for **evil** politics, but the R's are now fighting back **like never before**.

• Victimisation

Donald Trump se pose aussi parfois en victime dans ses tweets, mobilisant ainsi l'empathie de ses lecteurs. Il se dit persécuté par ses ennemis, en particulier les démocrates et la presse comme dans l'exemple (10), dans lequel la voix passive lui permet de clamer son innocence et d'affirmer la culpabilité de ses opposants.

(10) Oct 28, 2017 07:28:28 AM Just read the nice remarks by President Jimmy Carter about me and how badly **I am treated** by the press (Fake News). Thank you Mr. President!

Se poser en victime est aussi une façon d'appeler à la mobilisation de ses supporters (le « peuple »), qui sont implicitement invités à le soutenir dans ces épreuves et à continuer la lutte contre les injustices qui lui sont faites.

■ Des surnoms pour les ennemis

Une autre stratégie rhétorique utilisée pour diaboliser les élites est de leur attribuer des surnoms dévalorisants, les transformant ainsi en personnages caricaturaux. Donald Trump utilise ces surnoms de façon répétée, assurant leur persistance dans l'esprit collectif, et les formes presque systématiquement de la façon suivante :

Adjectif évaluatif négatif + Prénom/nom

Ces surnoms donnent à voir des personnages clichés dignes de mépris ou de pitié : la vilaine sorcière (*Crooked Hillary*), le raté (*Failing NYT*), le fou du village (*Crazy Mika* pour Mika Brzezinski, journaliste de MSNBC ; *Psycho Joe* pour Joe Scarborough, ancien élu républicain reconverti en présentateur TV), le bébé (*Cryin' Chuck*, pour Chuck Schumer, homme politique démocrate). L'usage de la majuscule au début

de l'adjectif place le surnom dans la catégorie des noms propres et a l'effet de stabiliser la collocation Adjectif-Nom. Akin (1999, 35) rappelle que l'acte de nommer correspond à un acte de pouvoir, avec une fonction perlocutoire d'autant plus forte que le statut social de l'énonciateur donne de la légitimité à cette recatégorisation des sujets. Les ennemis renommés sont donc placés dans la catégorie des 'losers', comme c'est le cas du « *Failing NYT* » ou de « *Cryin' Chuck* », ou bien dans celle des 'personnes malhonnêtes', tels « *Crooked Hillary* » et les « *Fake News Media* ».

*La voix du peuple : construction d'une légitimité présidentielle*

Une autre caractéristique populiste du discours de Donald Trump est le fait qu'il entende légitimer ses actions en affirmant accomplir la volonté du peuple américain, et même souvent des peuples du monde entier. Il existe un cadrage bien particulier qu'il utilise dans 55% de ses tweets, visant à légitimer les agissements du président<sup>20</sup>. Ainsi que l'a remarqué la journaliste Amanda Hess (2016), Donald Trump utilise dans ses tweets les trois modes de persuasion définis par Aristote, à savoir le *logos* (appel à la logique), l'*ethos* (appel à la crédibilité) et le *pathos* (appel aux émotions). Ainsi, le rythme de ses tweets est souvent ternaire :

a) Phrase déclarative énonçant un fait : l'énonciateur se fait observateur objectif, le fait énoncé va servir de socle à l'argumentation (*logos*) ;

b) Affirmation de la légitimité de l'énonciateur à travers une évaluation positive de ses accomplissements ou une évaluation négative d'un ennemi (*ethos*) ;

c) Jugement émotionnel qui doit en général servir de clé d'interprétation de la situation qui sera soit positive, soit négative (*pathos*).

C'est le cas dans l'exemple (11) :

(11) Apr 18, 2018 05:42:23 AM (a) Mike Pompeo met with Kim Jong Un in North Korea last week. (b) Meeting went very smoothly and a good relationship was formed. Details of Summit are being worked out now. (c) Denuclearization will be a great thing for World, but also for North Korea!

---

<sup>20</sup> Chiffre basé sur un échantillon aléatoire de 100 tweets ne contenant pas de liens, publiés avant le 7 novembre 2017, date à laquelle le nombre de caractères maximal par tweet est passé de 140 à 280.

Donald Trump commence par donner une information avérée (a), qui va servir de fondement à son argumentation. Il qualifie ensuite l'événement évoqué de positif, soulignant la compétence de son administration pour renforcer sa crédibilité en tant que président (b). Enfin, il propose une analyse positive de la situation, tout en légitimant ses agissements en les décrivant comme émanant de la volonté générale du peuple non seulement américain, mais du monde entier (« *great thing for World* »).

(12) Apr 28, 2017 06:26:18 PM (b) North Korea disrespected the wishes of China & its highly respected President (a) when it launched, though unsuccessfully, a missile today. (c) Bad!

Dans le tweet (12) ci-dessus, on trouve une permutation des mouvements (a) et (b) avec une thématization de l'évaluation négative des agissements de l'ennemi, *i.e.* la Corée du Nord, qui ne respecte pas la volonté du peuple chinois et américain. Donald Trump, au contraire, s'affiche comme défenseur de la volonté populaire. Vient ensuite l'énoncé des faits qui ont provoqué cette évaluation : un missile a été lancé. La fin du tweet est caractéristique de la rhétorique de Donald Trump sur Twitter : un adjectif évaluatif suivi d'un point d'exclamation, par lequel il impose au lecteur une interprétation catégorique de la situation. Les agissements de la Corée du Nord sont présentés comme étant contraires à la volonté du peuple, et donc condamnables.

*Éloge de soi et dénigrement des autres : construction d'une image de leader fort et charismatique*

Ce dernier volet de l'analyse s'intéresse à la façon dont ce président se construit une figure de leader fort et charismatique, n'hésitant pas à avoir recours à l'agressivité pour affirmer sa virilité et son autorité. Pour examiner plus en avant les ressorts de ce discours, nous nous concentrons sur l'étude de 124 tweets publiés par le Président Trump à propos de la Corée du Nord entre le 20 janvier 2017 et le 31 mai 2018, qui présentent la particularité de s'inscrire dans le cadre d'une crise géopolitique d'envergure mondiale, ce qui suppose que Donald Trump est à son plus présidentiel lorsqu'il tweete sur le sujet.

On trouve dans 73,4% de ces tweets une forte modalisation du discours qui peut s'observer à travers deux procédés récurrents : l'éloge de soi (*self-praising*, Dayter 2014), et le dénigrement de ses opposants, voire

l'insulte. Ce discours peut être analysé dans le cadre de la théorie de la politesse de Brown et Levinson (1987), qui supposent que chaque acte de langage est potentiellement menaçant (*Face-threatening act* ou FTA) pour les faces de l'énonciateur ou du co-énonciateur et implique donc l'usage de procédés linguistiques et pragmatiques permettant d'adoucir l'acte de langage. Le caractère menaçant du dénigrement ou de l'insulte fait que ces FTA sont généralement évités par les locuteurs. Quant à l'éloge de soi, il peut être perçu comme menaçant pour la face du co-énonciateur, c'est pourquoi des stratégies linguistiques sont souvent mises en place pour atténuer son effet, comme le préconise la maxime de modestie (Kerbrat-Orecchioni 1992). Donald Trump fait souvent fi de ces règles de politesse, et transgresse les normes qui sous-tendent traditionnellement les interactions.

#### ■ L'éloge de soi et la vantardise

Pour se forger une image de leader fort et charismatique, Donald Trump utilise entre autres l'éloge de soi et la vantardise. Dayter (2014) définit l'éloge de soi comme une évaluation positive de l'énonciateur en raison d'un accomplissement, d'une compétence ou d'une possession perçus comme positifs. Cet acte de langage est à différencier de la vantardise (*bragging*) qui correspond à une exagération et implique des énoncés comparatifs du type '*I am better*', et des énoncés signalant un effort réduit du type '*I didn't even try*'.

#### • Éloge de soi

Trump n'hésite pas à formuler des évaluations positives de ses idées et ses actions afin de légitimer sa position. Dans notre corpus de tweets sur la Corée du Nord, on trouve des énoncés élogieux le concernant dans 41,9% de ses tweets. Dans 25% des cas, il adoucit ces FTA en détournant le focus de l'éloge.

(7) Apr 27, 2018 05:55:48 AM KOREAN WAR TO END! The United States, and all of its GREAT people, should be very proud of what is now taking place in Korea!

Dans le tweet (7) répété ci-dessus, il encourage le peuple Américain à se sentir fier d'avoir participé à la fin du conflit Coréen. Or, cet accomplissement est celui de l'administration de Donald Trump, et l'évaluation positive doit donc lui être indirectement attribuée. Donald

Trump respecte ici la maxime de modestie : il réduit le caractère menaçant de son acte de langage en focalisant l'évaluation positive sur un autre sujet.

Cependant, dans 75% des cas, le focus de l'éloge n'est pas détourné. Ainsi, dans le tweet (13) ci-dessous, Donald Trump se décrit comme un leader calme et mesuré.

(13) Apr 11, 2018 05:38:42 AM So much Fake News about what is going on in the White House. **Very calm and calculated** with a big focus on open and fair trade with China, the coming North Korea meeting and, of course, the vicious gas attack in Syria. (...)

Il va en outre parfois plus loin que l'éloge de soi directe et transgresse les normes discursives présidentielles en se vantant. Cette attitude langagière va souvent de pair avec le dénigrement d'un adversaire, voire l'insulte.

• Vantardise

Donald Trump s'adonne parfois à la pratique de la vantardise (*bragging*), dans le but de « gagner de la face », ce qui correspond à l'acte par lequel un acteur social essaie d'augmenter sa propre valeur sociale (Zheng 1998, 166). Même si les occurrences de vantardise sont peu fréquentes dans le corpus (4), elles dérogent tant aux règles de la politesse que les tweets concernés sont ceux qui ont fait couler le plus d'encre.

(14) Jan 3, 2018 2:49 AM North Korean Leader Kim Jong Un just stated that the “Nuclear Button is on his desk at all times.” Will someone from his depleted and food starved regime please inform him that I too have a Nuclear Button, but it is a much bigger & more powerful one than his, and my Button works!

Il s'agit ici d'un des tweets les plus célèbres de Donald Trump, dans lequel se joue un rapport de pouvoir basé sur un attribut primaire, la taille. On peut y voir une affirmation de virilité typique d'un leader populiste fort et charismatique, avec un comparatif doublé d'une amplification : « *a much bigger and more powerful button* ». Donald Trump utilise une métonymie, le bouton nucléaire référant au pouvoir nucléaire. Il s'agit également, ainsi que différents commentateurs l'ont noté (Gambino 2018), d'une référence à la virilité de Donald Trump qu'il pose comme supérieure à celle de son ennemi. Il finit par impliquer que la force nucléaire de Kim serait illusoire, en affirmant que son bouton nucléaire à lui fonctionne, ce qui sous-entend que celui de Kim ne

fonctionne pas. La vantardise va de pair avec le dénigrement d'un ennemi décrit comme impuissant, et ce dans tous les sens du terme.

#### ■ Dénigrement et insulte

On trouve des énoncés dénigrants dans 39,5% des tweets sur la Corée du Nord. Dans le tweet (15) par exemple, Donald Trump s'attaque à trois entités différentes. Il critique ouvertement le comportement de la Corée du Nord, avant de dénigrer indirectement le gouvernement précédent, qui se serait fait « avoir » par la Corée du Nord. Enfin, les mesures prises par la Chine contre la Corée du Nord sont minimisées.

(15) Mar 17, 2017 08:07:15 AM North Korea is behaving very badly. They have been "playing" the United States for years. China has done little to help!

Parfois, le FTA est déguisé, comme dans l'exemple (16) dans lequel Donald Trump remercie la Chine pour ses efforts tout en déplorant son échec. Avec la dernière phrase, il prend une posture en apparence bienveillante, et semble valoriser la Chine pour ses efforts. Mais c'est ce que Kerbrat-Orecchioni (2010) appelle un « compliment perfide » : l'effet pragmatique de cet énoncé est dévalorisant, puisqu'il pose la Chine comme un acteur politique non seulement faible (*they* « *tried* » signifie bien qu'ils ont échoué), mais également au service des Etats-Unis (« *I greatly appreciate* » ; « *At least I know (...)* »). On a là un exemple de polirudesse : une attaque empruntant l'apparence de la politesse (Kerbrat-Orecchioni 2010).

(16) Jun 20, 2017 01:38:11 PM While I greatly appreciate the efforts of President Xi & China to help with North Korea, it has not worked out. At least I know China tried!

Les tweets dénigrants de Donald Trump peuvent parfois être qualifiés d'insultants. En effet, Jucker et Taavitsainen (2000, 73) notent qu'un énoncé est une insulte si (1) l'énoncé concerne une cible, (2) l'énoncé est perçu comme étant inapproprié et dévalorisant par la cible, (3) la cible considère que l'énonciateur a formé l'énoncé dans l'intention de la blesser ou la dévaloriser.

Dans le tweet (14) par exemple, Donald Trump qualifie la Corée du Nord d'affamée et d'appauvrie, évaluation négative qui peut être interprétée par le destinataire comme une insulte. Donald Trump a également attribué à Kim Jong Un le surnom insultant de (*Little*) *Rocket*

*Man*, dont on trouve 5 occurrences dans le corpus. Il gomme jusqu'au nom de Kim dans ce surnom, procédé violent qui implique une négation de son identité et une recatégorisation complète.

Donald Trump s'appuie ici sur des ressorts typiques du leader fort et charismatique : il insiste sur sa virilité, utilise un langage simple et même parfois vulgaire, et revendique un franc-parler qui contraste avec le langage mesuré des hommes politiques classiques.

## **Conclusion**

L'étude des tweets de Donald Trump met en lumière l'usage de procédés rhétoriques qui viennent étayer l'idée communément admise qu'il est un leader politique populiste. L'usage même de Twitter, qui lui permet de passer outre les médias traditionnels, contribue à donner l'impression qu'il travaille à une démocratie directe au sein de laquelle rien ne le séparerait du peuple. Le vocabulaire et la syntaxe simples lui permettent de se rapprocher de ce « peuple » construit en opposition à une élite elle-même tournée en ridicule voire insultée. Ces mécanismes participent à la création d'une image d'homme fort et charismatique qui comprend le peuple et pourra mettre à exécution sa volonté. En outre, la définition implicite du terme « élites » est mouvante et s'adapte à la réalité des oppositions politiques auxquelles Donald Trump doit faire face tandis que le « peuple » reste en fait une bannière large qui lui sert principalement à parler des personnes qui le soutiennent. Enfin, le caractère immédiat des tweets et leur retentissement par le biais des médias traditionnels qui relayent ces messages dans un monde de plus en plus connecté donnent à la rhétorique populiste de Donald Trump une ampleur sans précédent.

Il serait dangereux de ne voir dans l'usage de Twitter qui est fait par le président américain qu'une pratique anecdotique. En effet, Twitter permet d'exacerber le pouvoir majoritaire tout en présentant toutes les formes d'opposition comme illégitimes. Twitter permet aussi au président de passer outre les médias traditionnels et de contourner ainsi le « quatrième pouvoir ». Plus qu'un outil, Twitter est une passerelle qui permet la mutation d'une rhétorique populiste en une pratique politique populiste.

La question de l'héritage de cette révolution par le tweet reste cependant ouverte. Il s'agira tout d'abord d'établir si un tel usage du réseau social constitue un phénomène passager, qui n'est que le fait d'un individu et ne définira pas la présidence américaine sur le long terme, ou si

ces tweets sont en train de durablement redéfinir les habitudes et attentes du peuple américain en matière de communication présidentielle. Il est trop tôt pour se risquer à répondre à cette question, même si des sondages récents montrent que 70% des Américains sont d'avis que le président devrait arrêter de twitter de son compte personnel (Berke 2017). Aussi, et à l'échelle mondiale, on pourra s'interroger sur l'« effet Donald Trump » : à cet égard, il serait intéressant d'analyser comment d'autres leaders politiques, à l'instar de Jair Bolsonaro, président élu au Brésil souvent comparé à Donald Trump et utilisant déjà Twitter plusieurs fois par jour, utilisent le réseau social.



## BIBLIOGRAPHIE

### *Articles & chapitres d'ouvrages*

- DAYTER, Daria. 2014. « Self-praise in microblogging ». *Journal of Pragmatics* 61 : 91-102.
- HALL JAMIESON, Kathleen & TAUSSIG, Doron. 2017. « Disruption, demonization, deliverance, and norm destruction : the rhetorical signature of Donald J. Trump ». *Political Science Quarterly* 132(4) : 619-650.
- HENNETON, Lauric. 2018. « Trump, Sanders et la nouvelle donne populiste aux États-Unis », SciencesPO Centre de Recherches Internationales.  
<<http://www.sciencespo.fr/ceri/fr/content/dossiersduceri/trump-sanders-et-la-nouvelle-donne-populiste-aux-etats-unis>>, consulté le 23 novembre 2018.
- JUCKER Andreas H. & TAAVITSAINEN Irma. 2000. « Diachronic speech act analysis : insults from flyting to flaming ». *Journal of Historical Pragmatics* 1(1) : 67-95.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 2010. « L'impolitesse en interaction : aperçus théoriques et étude de cas ». *Lexis Special, Impoliteness / Impolitesse* 2 : 35-60.
- PAGE, Ruth. 2012. « The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter : the role of hashtags ». *Discourse & Communication* 6(2) : 181-201.
- PAVEAU, Marie-Anne. 2013. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique ». *Épistémè* (Revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées, Séoul) 9 : 139-176.

ZOLLER, Élisabeth. 2014. « L'invention de la présidence moderne ». *Pouvoirs* 150(3) : 5-16.

*Ouvrages*

AKIN, Salih (dir.). 1999. *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*. Collection DYALANG-PUR. Rouen : Université de Rouen.

BENOIT A LA GUILLAUME, Luc. 2012. *Quand la Maison Blanche prend la parole, Le discours présidentiel de Nixon à Obama*. Berne : Peter Lang.

BROWN Penelope & LEVINSON Stephen C. 1987 [1978]. *Politeness. Some Universals in Language Use*. Cambridge : CUP.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine. 1992. *Les interactions verbales (vol. 2)*. Paris : Armand Colin.

LACORNE, Denis & VAISSE, Justin. 2007. *La Présidence impériale de Franklin D. Roosevelt à George W. Bush*. Paris : Odile Jacob.

MILKIS, Sidney M. & NELSON, Michael. 2007. *The American Presidency : Origins and Development, 1776-2007*. Washington D.C. : The Congressional Quarterly Press.

MUDDE, Cas & KALTWASSER, Cristobal Rovira. 2017. *Populism : A Very Short Introduction*. Cary, NC : OUP USA.

RUDALEVIGE, Andrew. 2006. *The New Imperial Presidency*. Ann Arbor : The University of Michigan Press.

SCHLESINGER, Arthur Jr. 2004. *The Imperial Presidency*. New York : Mariner Books.

SCLAFANI, Jennifer. 2018. *Talking Donald Trump : A Sociolinguistic Study of Style, Metadiscourse and Political Identity*. New York : Routledge.

TULIS, Jeffrey. 2017. *The Rhetorical Presidency*. Princeton : Princeton University Press.

ZHENG, Lihua. 1998. *Langage et interactions sociales*. Paris : l'Harmattan.

*Médias (articles de presse, émissions de radio et télévision)*

« Trump asks appeal court to allow him to block Twitter critics ». *CBS News*. 5 juin 2018.

« Press and the Trump presidency ». *C-SPAN*. 4 avril 2018.

« Qu'est-ce que le populisme ? ». *L'Atelier du Pouvoir*. Paris : France Culture. 12h 45 - 13h30, 21 janvier 2017. <https://www.franceculture.fr/emissions/latelier-du-pouvoir/quest-ce-que-le-populisme>, consulté le 23 novembre 2018.

BAUM, Caroline. « Why Trump's brand of Populism won't help the little guy ». *Market Watch*, 1<sup>er</sup> novembre 2017.

BERKE, Jeremy. « A record number of Americans are fed up with Trump's Twitter antics ». *Business Insider*. 11 octobre 2017.

BUNCOMB, Andrew. « Donald Trump one year on : How the Twitter president changed social media and the country's top office ». *The Independent*. 17 janvier 2018.

CROCKETT, Zachary. « What I learned analyzing 7 months of Donald Trump's tweets ». *Vox*. 16 mai 2016.

DAILED, Colin. « We asked linguists if Donald Trump speaks like that on purpose ». *Mashable*. 12 août 2016.

GABLER, Neil. « The Trump brand of populism : Is he the next Andrew Jackson? Or the next Groucho Marx? ». *Reuters*. 11 mai 2016.

GAMBINO, Laurent. « Donald Trump boasts that his nuclear button is bigger than Kim Jong-un's ». *The Guardian*. 3 janvier 2018.

- GOLSHAN, Tara. « Donald Trump's unique speaking style, explained by linguists ». *Vox*. 11 janvier 2017. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/1/11/14238274/trumps-speaking-style-press-conference-linguists-explain>, consulté le 2 décembre 2018.
- HANKLA, Charles. « Trump's brand of economic populism gets a makeover in first 100 days ». *The Conversation*. 24 avril 2017.
- HESS, Amanda. « How Trump wins Twitter ». *Slate*. 18 février 2016.
- INZAURRALDE, Bastien. « This linguist studied the way Trump speaks for two years. Here's what she found ». *Washington Post*. 7 juillet 2017.
- KAZIN, Michael. « Trump and American populism ». *Foreign Affairs*. Octobre 2016. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2016-10-06/trump-and-american-populism>, consulté le 2 décembre 2018.
- LANDERS, Elizabeth. « White house : Trump's tweets are 'official statements' ». *CNN*. 6 juin 2017. <https://edition.cnn.com/2017/06/06/politics/trump-tweets-official-statements/index.html>, consulté le 2 décembre 2018.
- MACLEOD, Meredith. « Analysis : we've read all President Trump's tweets, so you don't have to ». *CTVNews*. 28 avril 2017.
- MUDDE, Cas. « Why is Trump still so popular ? He gives his base what they want ». *The Guardian*. 29 juin 2018.
- NOUCHI, Franck. « Du bon usage du mot 'populisme' dans 'Le Monde' ». *Le Monde*. 4 juillet 2018.
- RUBIN, Jennifer. « Trump's populism is very unpopular ». *Washington Post*. 12 avril 2018.
- WOOTSON Jr., Cleve R. « Trump says his tweets are 'Modern Day Presidential'. We checked with other modern-day leaders ». *Washington Post*. 2 juillet 2017.

*Sites internet*

Trump Twitter Archive, <http://www.trumptwitterarchive.com>, consulté le 25 novembre 2018.

Post Twitter de Georges Lakoff du 2 janvier 2018, [https://twitter.com/GeorgeLakoff/status/948424436058791937/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw&ref\\_url=https%3A%2F%2Fwww.bustle.com%2Fp%2Fhow-trumps-tweets-manipulate-you-the-media-explained-in-one-chart-7777870](https://twitter.com/GeorgeLakoff/status/948424436058791937/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.bustle.com%2Fp%2Fhow-trumps-tweets-manipulate-you-the-media-explained-in-one-chart-7777870), consulté le 14 juillet 2018.