

Le phénomène Donald Trump : l'occasion et l'arrogance

JUIN 2016 – Dany Boutin

La défaite de Donald Trump lors des caucus de l'Iowa, le 1^{er} février 2016, n'a fait que retarder ce que les sondages prévoyaient depuis plusieurs semaines, soit de voir l'homme d'affaires devenir le candidat du Parti républicain en vue de l'élection présidentielle du 8 novembre prochain. Ses sept victoires lors du « Super Mardi » le 1^{er} mars dernier ont toutefois consolidé son avance sur ses adversaires et ont forcé les analystes – et la population américaine dans son ensemble – à prendre Trump au sérieux.

Il faut dire que Trump est un candidat populaire, et ce, depuis l'annonce de sa candidature en juin 2015. Selon un sondage de la firme Ipsos paru le 2 mars 2016, la popularité de l'homme d'affaires new-yorkais auprès de l'électorat républicain est de 41 %, comparativement à 16 % pour son principal opposant républicain, Ted Cruz. Cette popularité s'est rapidement transformée en gains concrets lors des primaires, notamment en Géorgie, en Caroline du Sud, en Illinois, au Massachusetts, au Michigan, à New York et en Californie (RealClearPolitics 2016).

Quatre éléments peuvent être identifiés afin de comprendre l'émergence de ce que l'on pourrait appeler le « phénomène Trump » : sa critique virulente de la classe politique américaine, le populisme exacerbé de son discours, le rejet de son propre parti ainsi que le marketing ou l'image projetée par le candidat.

UNE CRITIQUE VIRULENTE DE LA CLASSE POLITIQUE

La désapprobation de la population américaine à l'égard de la classe politique est très élevée.

Depuis une dizaine d'années, la désapprobation du travail des représentants et des sénateurs est régulièrement au-dessus de 70 %, tendance qui n'a été observée à aucun autre moment depuis 1974, soit lors du scandale du Watergate et de la démission du président Nixon (Gallup 2016).

Contrairement à ses anciens adversaires républicains Ted Cruz, John Kasich, Jeb Bush, Marco Rubio ou Lindsey Graham, Trump n'est pas un politicien : il correspond donc à ce qu'une majorité d'électeurs souhaitent, soit l'arrivée de nouveaux visages à Washington (Harwood 2015). L'homme d'affaires critique sans relâche ceux qu'il dépeint comme des politiciens de carrière (incluant ses adversaires à l'investiture républicaine) en raison de leur inaction dans plusieurs dossiers, notamment la sécurité aux frontières et la réputation des États-Unis à l'étranger.

Ce désenchantement face à la classe politique a donc pour effet de mobiliser des personnes qui ne sont habituellement pas intéressées par la politique (Bennett 2013). Cette méfiance à l'encontre des élus rend donc certaines personnes plus sensibles au discours d'un candidat de l'extérieur qui dénonce l'inertie de la classe politique. C'est notamment le cas de nombreux jeunes républicains qui sont attirés par la candidature atypique de Trump caractérisé par le ton très direct du républicain (Lee et al. 2016).

LE POPULISME EXACERBÉ DE SON DISCOURS

Donald Trump veut démontrer qu'il est près du peuple, mais, surtout, qu'il comprend sa réalité et ses inquiétudes contrairement aux politiciens de carrière (Confessore 2016). Il souhaite alors que

les gens le voient comme celui qui osera dénoncer les « vrais » problèmes. Il exploite donc la crainte des gens au sujet des immigrants illégaux, affirme que les minorités (principalement les musulmans) ont plus de droits que la majorité de la population ou que les libertés individuelles (telles que le port d'arme à feu) sont menacées par une élite bien-pensante (Lee et al 2016). Il les conforte alors dans leurs peurs et peut alors s'en faire le défenseur.

Le profil des électeurs de Trump est plutôt éclaté. En effet, des sondages menés par l'*Associated Press* et *The Economist* à la sortie des bureaux de vote durant les élections primaires indiquaient que les gens appuyant l'homme d'affaires sont soit parmi les gens les plus instruits, soit parmi ceux ayant eu le parcours scolaire le plus court (*The Economist* 2016). Le même contraste est constaté au niveau des revenus : les partisans de Donald Trump comptent à la fois parmi les mieux nantis et les plus pauvres de la société américaine. Les partisans de Trump sont également davantage concentrés dans l'est des États-Unis (Cohn 2015) et sont majoritairement blancs (Sharlet 2016), les Hispano-Américains comptant parmi ses pires détracteurs (Nuño 2016). Fait intéressant, Donald Trump a aussi des appuis chez les Démocrates, particulièrement auprès des partisans du candidat Bernard Sanders, qui partagent certaines frustrations économiques avec ses partisans (Gibbs 2016; Collinson 2016).

Trump utilise un populisme exacerbé – écarts de langage compris – pour attirer des gens qui sont désabusés par la politique. Il le fait en présentant les enjeux de manière simpliste et dichotomique, sans aucune place pour la nuance. Les gens se positionnent donc « pour » ou « contre » lui, renforçant l'attachement des gens à ses idées, mais accentuant par le fait même la polarisation et l'antagonisme entre ceux qui l'appuient et « les autres » (Singh 2003,16). Nous pouvons penser notamment à son engagement controversé de construire un mur à la frontière avec le Mexique, qui serait payé par le gouvernement mexicain, ou encore à son idée d'interdire aux gens de religion musulmane l'entrée aux États-Unis (Johnson 2016).

En analysant un sondage mené par le Pew Research Center sur divers enjeux de la politique américaine, on remarque que les thématiques sur

lesquelles les Américains sont les plus divisés se retrouvent fréquemment dans les discours et les engagements de Trump (Pew Research Center 2016). Pourtant, le candidat républicain a déjà eu des idéaux plus progressistes (Hirschhorn 1999). D'ailleurs, il ne propose pas de réduire le filet social actuellement en place (Russ 2016).

Le controversé candidat s'inscrit en porte à faux avec la manière dont les investitures des partis fonctionnent. Par exemple, il soutient que le rejet du financement offert par le biais des super PAC représente un signe d'intégrité et a financé sa campagne aux primaires à l'aide de ses fonds personnels et des dons de citoyens (Johnson 2015). Donald Trump a d'ailleurs qualifié les super PAC de « désastres » et leur reproche de prendre le contrôle des candidats (CNN 2016).

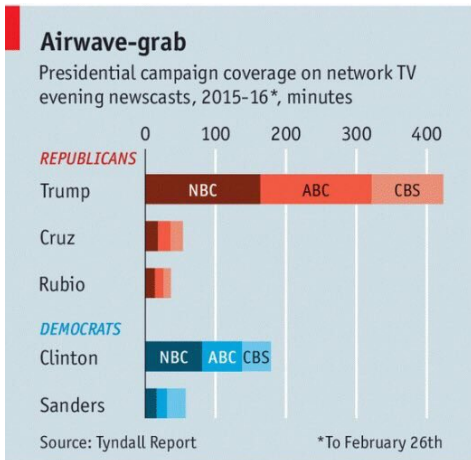
LE REJET DE SON PROPRE PARTI

Le Parti républicain semble se rallier à Trump, mais certaines de ses figures importantes demeurent inconfortables quant à leur porte-étendard. Il faut dire que l'homme d'affaires n'a pas de bonnes relations avec les grands donateurs du parti, qu'il a rejetés et critiqués durement depuis le début de sa campagne (Reston 2016). Les diverses controverses entourant Donald Trump font par ailleurs craindre aux leaders républicains que face à la démocrate Hillary Clinton, les chances du Parti républicain de remporter la présidence en novembre soient trop faibles avec ce dernier à leur tête.

LE MARKETING

La notoriété de Donald Trump en tant qu'homme d'affaires ainsi que son franc-parler l'ont emmené à faire de la télévision durant plus de dix ans. Le candidat républicain n'a donc pas peur de se retrouver dans des « talk-shows » ou des émissions humoristiques. Ses adversaires y participent également, mais la réputation du magnat de l'immobilier et les controverses potentielles pouvant survenir lors de sa présence à la télévision font que même les médias d'information couvrent sa participation aux émissions de variétés, lui donnant encore plus d'attention que les autres candidats.

Figure 1 – La couverture médiatique des principaux candidats républicains et démocrates, 2015-2016



Economist.com

Source : *The Economist*, 26 février 2016

Figure 2 – La valeur de la couverture médiatique des candidats républicains et démocrates effectuée par les médias traditionnels



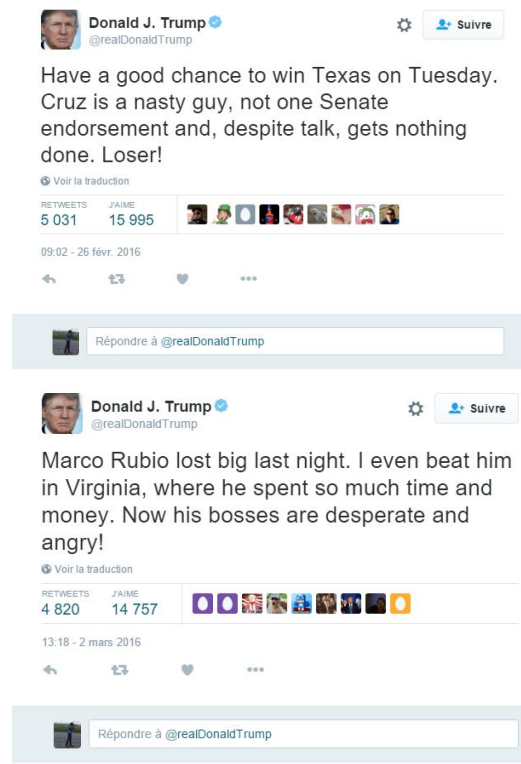
Source: Byers, Dylan, CNN, 15 mars 2016

Le controversé candidat présente trois éléments particuliers, en termes d'image et de communication, contribuant à sa cote de popularité : un « positionnement clair ("Je ne suis pas un politicien") », un slogan fort ("Make America Great Again") et une image limpide qui se résume généralement en quelques mots » (Dupont 2016). C'est de cette façon que Trump a rapidement pu attirer des millions de partisans – tout comme les médias –, autant traditionnels que sociaux.

L'homme de 70 ans est d'ailleurs très actif sur les réseaux sociaux, particulièrement sur Twitter, où

même en 140 caractères, il réussit à susciter la controverse, comme le démontrent ces deux exemples typiques.

Figure 3 – Exemples de « gazouillis » de Donald Trump



Source : Compte Twitter de Donald Trump, 26 février et 2 mars 2016.

Donald Trump est-il un maître de la communication politique? Une chose est certaine, il a été en mesure de se présenter rapidement comme un candidat incontournable. Pour devenir le locataire de la Maison-Blanche, il devra toutefois mettre de côté ce qui a fait une bonne partie de son succès. Il devra démontrer qu'au-delà de la rhétorique et de la controverse, il a l'étoffe d'un vrai chef d'État, d'un réel commandant en chef, ce dont une forte majorité d'Américains, toutes allégeances confondues, doutent encore aujourd'hui, à quelques mois des élections présidentielles (Guskin 2016).

Références bibliographiques et informations utiles

Bennett, Elizabeth A. et al., 2013, « Disavowing Politics: Civic Engagement in an Era of Political Skepticism », *American Journal of Sociology*, vol. 119, no 2, 518-548.

Byers, Dylan, 2016, « Donald Trump Has Earned \$2 Billion in Free Media Coverage, Study Shows », *CNN*, [Disponible [ici](#)]

CNN, 2016, « Transcript of Republican Debate in Miami, Full Text », [Disponible [ici](#)]

Cohn, Nate, 2015, « Donald Trump's Strongest Supporters: A Certain Kind of Democrat », *The Upshot, New York Times*, [Disponible [ici](#)]

Collinson, Stephen, 2016, « How Trump and Sanders Tapped America's Economic Rage », *CNN*, [Disponible [ici](#)]

Confessore, Nicholas, 2016, « How the G.O.P. Elite Lost Its Voters to Donald Trump », *Election 2016, New York Times*, [Disponible [ici](#)]

Dupont, Luc, 2016, « Comment expliquer le succès de Donald Trump », *Le blogue de Luc Dupont*, [Disponible [ici](#)]

Gallup, 2016, « Congress and the Public », [Disponible [ici](#)]

Gibbs, Alexandra, 2016, « Sanders Supporters Could Vote for Trump », *CNBC*, [Disponible [ici](#)]

Guskin, Emily, 2016, « Donald Trump is the most unpopular presidential candidate since the former head of the Ku Klux Klan », *The Fix, The Washington Post*, [Disponible [ici](#)]

Harwood, John, 2015, « Poll: Many Americans want fresh political faces », *CNBC*, [Disponible [ici](#)]

Hirschhorn, Phil, 1999, « Trump Proposes Massive One-Time Tax on the Rich », *CNN*, 9 [Disponible [ici](#)]

Johnson, Jenna, 2015, « Post Politics: Donald Trump Tells Super PACs Supporting His Candidacy to Return All Money to Donors », *The Washington Post*, [Disponible [ici](#)]

Johnson, Jenna, 2016, « Post Politics: Here are 76 of Donald Trump's Many Campaign Promises », *Washington Post*, [Disponible [ici](#)]

Lee, M. J. et al., 2016, « Why I'm Voting for Trump », *CNN Politics*, [Disponible [ici](#)]

Nuño, Stephen A, 2016, « Poll: Trump Poised to Get Lowest Vote Ever Among Latinos », *News, Latino, NBC*, [Disponible [ici](#)]

Pew Research Center, 2016, « Campaign Exposes Fissures Over Issues, Values and How Life Has Changed in the U.S. », *U.S. Politics and Policy*, [Disponible [ici](#)]

RealClearPolitics, 2016, « 2016 Republican Popular Vote », [Disponible [ici](#)]

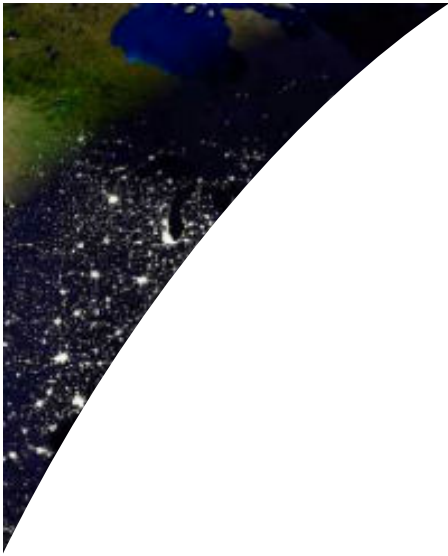
Reston, Maeve, 2016, « Donald Trump's Dominance and the Late Establishment Effort to Stop It », *CNN*, [Disponible [ici](#)]

Sharlet, Jeff, 2016, « Donald Trump, American preacher: Building a congregation for his prosperity gospel, one chaotic rally at a time », *New York Times Magazine*, [Disponible [ici](#)]

Singh, Robert, 2003, *Contemporary American Politics and Society: Issues and controversies*, Sage, 278.

The Economist, 2016, « Where Donald Trump's support really comes from », [Disponible [ici](#)]

Wiles, Russ, 2016, « How presidential candidates would change Social Security », *USA Today*, [Disponible [ici](#)]



Publié par :

Observatoire des politiques publiques
de l'Université de Sherbrooke
2500, boul. de l'Université
Sherbrooke, Qc, J1K 2R1
+ 1 (819) 821-8000 poste 63622

Contact :

Annie Chaloux
Annie.Chaloux@USherbrooke.ca

<http://opus.recherche.usherbrooke.ca>

Cette fiche synthèse de l'Observatoire des politiques publiques de l'Université de Sherbrooke (OPPUS) a été réalisée sous la supervision de la directrice de recherche Karine Prémont. Les points de vue exprimés dans cette fiche sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement le point de vue ou l'opinion de l'OPPUS et de ses partenaires.