



**IdeAs**  
Idées d'Amérique

**8 | Automne 2016 / Hiver 2017**  
**Ressources minières dans les Amériques : Mutations  
d'un continent**

---

## Donald Trump et la presse : le show et le froid

Gilles Biassette

---



**Éditeur**  
Institut des Amériques

**Édition électronique**

URL : <http://ideas.revues.org/1692>

DOI : [10.4000/ideas.1692](https://doi.org/10.4000/ideas.1692)

ISSN : 1950-5701

**Référence électronique**

Gilles Biassette, « Donald Trump et la presse : le show et le froid », *IdeAs* [En ligne], 8 | Automne 2016 / Hiver 2017, mis en ligne le 16 décembre 2016, consulté le 07 avril 2017. URL : <http://ideas.revues.org/1692> ; DOI : [10.4000/ideas.1692](https://doi.org/10.4000/ideas.1692)

---

Ce document a été généré automatiquement le 7 avril 2017.



IdeAs – Idées d'Amérique est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# Donald Trump et la presse : le show et le froid

Gilles Biassette

---

- 1 Manchester, New Hampshire, 8 février 2016. Il neige et un vent glacial souffle sur la Nouvelle Angleterre en cette fin d'après-midi. En dépit du blizzard, une foule s'amasse devant les portes fermées de la Verizon Wireless Arena de Manchester. Des centaines de personnes emmitouflées grelotent et tapent des pieds sur le sol pour se réchauffer. Dans quelques heures, Donald Trump entamera son dernier meeting de campagne avant la primaire du lendemain, la deuxième de la longue marche vers l'investiture républicaine. Le magnat de l'immobilier a perdu la première manche, disputée une semaine plus tôt dans l'Iowa, et le loser du Midwest mise sur le New Hampshire pour se refaire.
- 2 Comme d'habitude, comme quelques jours plus tôt à Exeter, par exemple, où une masse de curieux et de sympathisants avait dû rester dehors, le public a répondu présent. Tout à l'heure, ils seront plusieurs milliers à écouter les diatribes et les invectives de ce candidat hors-norme. Contrairement à ses adversaires, l'outsider orangé ne quitte pas ses foyers pour sillonner les routes à la rencontre des électeurs, le temps d'un café et de quelques selfies dans des bourgades de province. C'est aux Américains de venir à lui, à l'occasion de réunions de masse. Ce soir, ils partageront sa colère, mais riront aussi à son humour. Humour douteux le plus souvent, mais qu'importe s'il est efficace.
- 3 Quand les portes s'ouvrent enfin à Manchester, l'équipe locale du camp Trump accueille le public avec entrain. Ils souhaitent la bienvenue aux futurs électeurs et notent leurs coordonnées, tout en distribuant des pancartes frappées du slogan de la campagne déjà célèbre - « Make America Great Again ». « Welcome to the show », me dit un volontaire à l'entrée en collant un autocollant sur mon manteau. En tant que journaliste français, il m'a été impossible d'obtenir une accréditation, les places en tribune de presse étant réservées aux médias américains. C'est donc dans la salle, au milieu du public, que j'assisterai au one-man-show.
- 4 Blizzard oblige, nous dit-on, Donald Trump est en retard. Mais il est déjà pardonné quand il surgit sur une estrade chauffée à blanc par plusieurs intervenants, dont un animateur

de talk-show. Une ovation accueille le businessman, qui se révèle être un formidable animal politique doublé d'une bête de scène. Au micro, le candidat invective et cogne. Quand un fan des premiers rangs insulte Ted Cruz, le vainqueur de l'Iowa, il fait mine de ne pas vouloir répéter le mot pour les spectateurs du fond qui n'ont pas entendu... avant de céder, faussement offusqué. La salle adore.

- 5 On est bien loin d'un meeting traditionnel, bien huilé et déjà écrit - sur téléprompteur. Donald Trump improvise, se répète, parle simple. Il attaque, il agresse, il promet. Ses piques visent ses adversaires de la saison électorale, mais pas seulement. Dans son collimateur figurent les absents - tous les politiciens, c'est la marque de fabrique de l'outsider - mais aussi les présents - les médias. Les caméras braquées sur Donald Trump, depuis le pied de la tribune qui fait face à la scène, sont pointées du doigt, avec hargne. « The most dishonest people in the world ! », harangue le candidat. Aussitôt le public se retourne, comme un seul homme, et hue les reporters. Les cameramen, sans broncher, filment ceux qui les sifflent et dressent le poing.
- 6 Donald Trump sait que ces images tourneront bientôt en boucle sur les écrans et les réseaux sociaux. Car les médias raffolent de ses outrances et de ses insultes, qui ne manquent pas de faire les gros titres. Les networks ne peuvent rien lui refuser. Les trois débats télévisés d'avant le début des primaires ont battu tous les records d'audience. Les prix des publicités se sont envolés, et les chaînes ont empoché le pactole. Quant aux « unes » sur le milliardaire connu de tous, elles sont bien plus accrocheuses, il faut l'avouer, que celles sur le terne Jeb Bush, sur Marco Rubio, inconnu hors de Floride, ou encore Ted Cruz, le calculateur à sang-froid.
- 7 Donald Trump n'aime pas les médias, c'est entendu. Sur le fond, il les juge inféodés aux élites de gauche bienpensantes et dénonce leur obsession du politiquement correct ; sur la forme, il préfère, et de loin, le contact direct, bref et sec, du crochet asséné via Twitter. Mais gazouiller à 4 heures du matin ne suffit pas pour faire passer son message auprès du grand public et flatter son ego : il a besoin de la petite lucarne et de la grande presse. Et la réciprocité est tout aussi vraie.
- 8 Alors, aux médias, le magnat sert le show et le froid. D'un côté, il multiplie les phrases-choc et les provocations qui électrisent les newsrooms tout en flattant les courbes d'audience ; de l'autre, il manie l'intimidation et l'insulte envers les journalistes et patrons de presse, dénoncés à chaque réunion publique. Le point d'orgue sera la campagne odieuse orchestrée contre Meg Kelly, journaliste de Fox News, coupable de l'avoir interrogé, lors d'un débat, sur sa misogynie. En retour, Meg Kelly est devenue, grâce à Donald Trump, la reine incontestée des plateaux...
- 9 Confrontés à cette douche écossaise permanente, les médias sont perplexes, sinon perdus. Faut-il répondre, au risque de rentrer dans le jeu de Donald Trump, ou bien feindre l'indifférence et tendre l'autre joue ? D'ailleurs, s'interroge-t-on dans les salles de rédaction, compte-t-il vraiment gagner, en tapant sur tout le monde et en frappant en dessous de la ceinture ? Quel est donc le véritable but de cette campagne si peu orthodoxe ? S'agit-il d'une tournée politique, ou plutôt d'une vaste offensive médiatique, destinée à alimenter la gloire, et le narcissisme, du magnat de l'immobilier ? Ou encore d'un match de boxe un peu vain, qui lui permet de se défouler face à une élite aux visages multiples (politiciens, médias, etc.) qu'il n'a jamais aimée, malgré ses origines et sa fortune ?

- 10 Ces questions ne cesseront de tarauder les médias en 2016. Car quand même... En écoutant Donald Trump sur scène, à Manchester ou ailleurs, on ne peut éviter de penser que l'homme est, d'abord, à la recherche du crépitement des flashes. Les indices de légèreté sont si nombreux... Il y a, d'abord, les mensonges. La liste est sans fin, depuis ces « milliers de personnes » qui, dans le New Jersey, auraient fêté la chute des Twin Towers le 11 septembre 2001, jusqu' «aux 81% de Blancs tués par des Noirs », en passant par le « vrai taux de chômage », qui ne serait pas, selon le candidat, de 5% aux Etats-Unis... mais de 42%. Des mensonges aussi énormes que le candidat.
- 11 Il y a, ensuite, les déclarations intempestives, à l'emporte-pièce. Comme le célèbre « J'en sais plus sur l'État islamique que les généraux, croyez-moi », lâché un soir dans l'Iowa. Ou encore ses diatribes sur « l'élection truquée » qui s'annonce... Et ce mur à la frontière mexicaine, qu'il compte faire payer par les Mexicains... Comment s'y prendra-t-il ? Mystère. Comment convaincra-t-il les partenaires commerciaux engagés dans des accords commerciaux de renégocier ? Nobody knows. « Faites-moi confiance, je sais négocier .... », dit l'homme d'affaires. Les journalistes attendent un programme, sans comprendre, ou trop tard, que Donald Trump est le programme.
- 12 Il y a, enfin, l'impréparation. Le magnat du Queens, depuis qu'il a débarqué en politique comme un éléphant dans un magasin de porcelaine, ne rentre dans aucun dossier de fond, et ne s'en cache pas vraiment. Tout au plus surfe-t-il sur quelques idées, simples, aussi bien sur la réforme de la santé d'Obama que sur l'économie ou l'immigration. Quels clandestins compte-t-il expulser, et comment ? Tandis que son adversaire démocrate Hillary Clinton s'échine à rappeler qu'elle a un « plan », voire plusieurs « plans », chiffrés, calibrés, structurés, lui ne s'embarrasse d'aucun « détail ».
- 13 Les journalistes, rompus à ces longues campagnes, ont bien du mal à croire qu'il veuille gouverner. Etre élu, oui, peut-être... mais enfin, être président ? Vraiment ? Mais à ne pas avoir pris au sérieux le phénomène Trump, la presse a longtemps opposé dérision et une forme de mépris à sa campagne. Elle a aussi été prise au piège de ce show et de ce froid. Elle a longtemps accueilli les contre-vérités grossières du candidat et ces insultes avec ironie, les diffusant à cœur joie pour s'en moquer, assurant, bien involontairement, le service après-vente du Républicain sans le contredire. Comme s'il suffisait d'exposer l'attitude de Donald Trump pour le disqualifier. Et sans comprendre que le milliardaire ne cherchait pas tant à convaincre qu'à heurter. Il aura été le premier candidat du buzz, celui qui twitte comme il respire, même en pleine nuit. Le soleil ne se couche pas sur les réseaux sociaux.
- 14 Dès lors, faute de prendre cette campagne au sérieux, elle n'a pas épluché certains dossiers compromettants comme elle l'aurait fait pour un prétendant traditionnel à la couronne présidentielle. Et quand elle s'est enfin intéressée à l'Université Trump ou à l'attitude du milliardaire envers les minorités, envers les femmes... il était déjà trop tard. Trop tard pour dénoncer l'avalanche de mensonges et se livrer à un fact-checking rigoureux. Elle était débordée. Comme me dira David Damore, professeur de science politique à l'Université du Nevada, à Las Vegas : « Marcher sur un clou, ça fait mal. Sur dix, c'est mieux. Trump et ses mensonges, c'est pareil. Un, on peut le démentir. Dix, vingt... c'est plus compliqué. » Cette stratégie était osée, mais elle aura payé. Le fakir du Queens est désormais en route pour la Maison-Blanche.

## AUTEUR

### GILLES BIASSETTE

Gilles Biassette est grand reporter pour le journal *La Croix* pour lequel il couvre les Amériques. Il est l'auteur de *L'Amour des Loving* (Baker Street Editions, Paris, 2015), un roman qui porte sur le cas *Loving c. Virginia* dans lequel la Cour suprême des Etats-Unis frappa finalement d'inconstitutionnalité en 1967 l'interdiction par la Virginie des mariages mixtes.  
gbiassette@yahoo.fr