
La médiatisation conflictuelle des acteurs politiques

Présentation

Olivier Turbide et Guylaine Martel



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communication/10846>

DOI : 10.4000/communication.10846

ISBN : 978-2-921383-90-5

ISSN : 1920-7344

Éditeur

Université Laval

Référence électronique

Olivier Turbide et Guylaine Martel, « La médiatisation conflictuelle des acteurs politiques », *Communication* [En ligne], Vol. 36/2 | 2019, mis en ligne le 15 juillet 2019, consulté le 22 juillet 2019.

URL : <http://journals.openedition.org/communication/10846> ; DOI : 10.4000/communication.10846

Ce document a été généré automatiquement le 22 juillet 2019.



Les contenus de la revue *Communication* sont mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

La médiatisation conflictuelle des acteurs politiques

Présentation

Olivier Turbide et Guylaine Martel

- 1 Dans les régimes démocratiques, la lutte pour la prise du pouvoir se joue en partie sur le terrain symbolique (Thompson, 1995) à travers une lutte pour la publicité des idées politiques, mais surtout à travers une lutte pour la visibilité entre des acteurs politiques qui cherchent à imposer une image médiatique / numérique favorable de soi et défavorable des adversaires (Amossy, 1999 ; Martel, 2018 ; Turbide, 2015). Dès les premiers temps de la médiatisation de la politique, cette dimension conflictuelle a caractérisé le traitement journalistique de l'actualité politique selon deux modalités particulières. La première, relativement bien documentée, consiste pour les médias à rapporter les événements politiques en adoptant un cadrage qui privilégie les moments de conflit et de tension et qui témoigne du « jeu politique » (Capella et Jamieson, 1997 ; Giasson, 2012). L'usage de métaphores sportives et guerrières pour caractériser l'activité politique (Gingras, 1996) constitue l'une des marques saillantes de ce type de cadrage. La seconde modalité nous intéresse ici plus particulièrement : elle correspond à la mise en scène du conflit par l'instance médiatique elle-même qui crée de toutes pièces la situation de tension. Le débat (Bilmes, 1999 ; Kerbrat-Orecchioni, 2017 ; Trognon et Larue, 1994) constitue la forme prototypique de cette médiatisation conflictuelle « provoquée » (Charaudeau, 2005) que l'on retrouve aussi en situation d'interview politique (Clayman et Heritage, 2002 ; Montgomery, 2007), alors que l'intervieweur adopte une posture professionnelle à la fois de distance et de défiance visant à créer l'« événement » en contraignant les leaders politiques à s'expliquer, à justifier leurs décisions.
- 2 Si cette médiatisation du conflit s'arrime à une logique démocratique et citoyenne de reddition de comptes et d'imputabilité (Montgomery, 2011), elle n'est pas non plus étrangère à la logique commerciale des médias qui voient dans ces confrontations un potentiel d'attractivité propice au développement des auditoires (Burger, 2010). Bien que les politiciens doivent se soumettre aux contraintes imposées par les médias (interventions courtes, souvent réactives, et absence de contrôle des thèmes abordés), ils

ne sont pas pour autant perdants dans cette aventure. De fait, il s'agit d'une occasion de rejoindre à peu de frais un large bassin d'électeurs dans un format plus captivant que le modèle de diffusion traditionnelle, monologal, statique, unidirectionnel, de l'information politique (Bastien, 2013), et ce, tout en faisant montre d'attributs personnels susceptibles de favoriser l'identification des publics : leur sens de la répartie, leur spontanéité, leur combativité (Martel, 2010).

- 3 Or, selon plusieurs (Hutchby, 2011 ; Oprea, 2012 ; Tolson, 2011 ; Turbide et Laforest, 2015), ce modèle de médiatisation s'étirole progressivement et cède en partie sa place à un modèle axé davantage sur la spectacularisation de la confrontation, dans une logique de divertissement — le *confrontainment* (Luginbühl, 2007) — et de personnalisation de la politique (Lalancette, 2014 ; Thornborrow et Montgomery, 2010). La compétition des réseaux télévisés pour l'obtention de l'attention fragmentée des auditoires qui se traduit par de fortes pressions économiques pour rendre l'information politique plus attrayante, moulée sur des formats de divertissement (Thussu, 2007), est notamment avancée pour expliquer ces transformations d'une logique médiatique à laquelle les politiciens, désormais intégrés au *star-system* — les *celebrity politics* (Corner et Pels, 2003 ; Street, 2004 ; Van Zoonen, 2005) —, se sont adaptés. De fait, qu'il s'agisse de discours à visée de médiatisation — échanges parlementaires (Harris, 2001 ; Cabasino, 2010 ; Ilie, 2010), conférences de presse (Ekström, 2009) ou allocutions partisans (Buell et Sigelman, 2008) — ou de discours directement destinés aux médias comme les publicités électorales (Lau et Brown Rovner, 2009 ; Johnson-Cartee et Copeland, 2013) et plus récemment les messages diffusés sur les plateformes numériques (Twitter, Facebook, Instragram et autres), les politiciens empruntent désormais les codes médiatiques de la parole agressive pour susciter l'engagement des électeurs (Burger, Jacquin et Micheli, 2011). Le cas de la campagne du candidat républicain Donald Trump lors des élections présidentielles américaines de 2016 est particulièrement révélateur de cette tendance (Winberg, 2017). Dans cette même logique de confrontation, de nouveaux formats hybrides de talk-show émergent, mettant en scène des vedettes politiques et médiatiques dans des échanges qui tiennent davantage du débat acrimonieux que de l'interview, où s'entremêlent information, divertissement et affrontement direct (Ekström, 2011 ; Hutchby, 2017 ; Oprea, *op. cit.* ; Smith et Higgins, 2017). Par ailleurs, la médiatisation conflictuelle des acteurs politiques prend forme dans d'autres formats, ceux-là radiophoniques (*insult talk radio*, *trash radio*, *confrontation talk*), où les animateurs prennent pour cible les leaders politiques sans que ceux-ci puissent leur répondre directement (Sobieraj et Berry, 2011 ; Vincent, Turbide et Laforest, 2008). Enfin, les différents publics eux-mêmes alimentent cette médiatisation conflictuelle en intervenant sur les médias socionumériques, mais aussi dans les espaces de commentaires des médias d'information en ligne et sur des blogs, reproduisant cette même tonalité de discours, attaquant avec virulence les personnalités politiques, engageant avec elles et leurs partisans un combat virtuel et critiquant au passage le travail des journalistes (Lorenzo-Dus, Blivitch et Bou-Franch, 2011 ; Hmielowski, Hutchens et Cicchirillo, 2014).
- 4 Les cinq études du présent dossier témoignent de cette médiatisation conflictuelle de la politique aux multiples facettes, mettant en lumière la diversité des acteurs qui y participent (politiques, médiatiques, publics), des espaces qui la mettent en scène (médias traditionnels, médias Internet et médias socionumériques), des formes d'expression (de l'attaque courtoise aux formes exacerbées de violence verbale) et des objets du conflit (critique de l'autre, critique de pratiques politiques et médiatiques, critique de la

médiatisation). En dépit de cette diversité à laquelle s'ajoute celle des terrains, des corpus, des méthodes et des cadres théoriques, les analyses rassemblées ici articulent la double dimension de la médiatisation conflictuelle de la politique, qui apparaît à la fois nécessaire à la structuration du débat public dans nos sociétés démocratiques et instrumentalisée à des fins de spectacle et de conservation de l'attention des publics. Associées à cette dernière dimension, la plupart des études du dossier¹ ont aussi en commun de faire écho en creux au climat de méfiance et de défiance envers les élites politiques et médiatiques, que ce soit à travers la mise en scène d'interviews politiques hybrides où l'opposition aux politiciens et aux politiciennes vise moins à informer qu'à satisfaire les intérêts de l'instance médiatique, ce qui renforce au passage l'idée reçue selon laquelle ils ne sont pas dignes de confiance (Martel ; Turbide), soit à travers l'expression d'un discours social plus large de contestation des acteurs médiatiques et politiques traditionnels (Spano, Gadras et Goepfert ; Sedda).

- 5 L'étude de Nanourougo Coulibaly sur les dispositifs scénographiques des émissions politiques radiodiffusées dans le cadre de l'élection de 2016 au Bénin et sur les discours tenus au cours de cette période est l'occasion pour l'auteur de réfléchir aux tensions entre les logiques démocratiques et les logiques commerciales de la médiatisation conflictuelle de la politique. Si la mise en scène de face-à-face entre les deux prétendants au poste de président favorise une logique de confrontation et de dichotomisation des positions, voire d'affrontement de personnalités et de disqualification de l'autre, la publicisation de visions du monde et d'univers de croyances qui s'affrontent permet aussi d'informer les citoyens sur les choix qui s'offrent à eux en ce qui concerne l'avenir de leur pays. L'auteur rappelle avec justesse qu'en dépit de la spectacularisation du conflit, incontournable pourrions-nous dire à la faveur de sa médiatisation, il reste un débat, un exercice de la démocratie délibérative qui se réalise pour les citoyens et qui célèbre la parole, l'échange argumentatif plutôt que la violence comme modalité de gestion des affaires publiques. Plus encore, cette forme institutionnalisée de débat politique médiatisé tend à définir les politiciens intervenant dans ce cadre et leur formation politique comme des acteurs légitimes de ce processus démocratique tout en rendant crédibles les médias d'information à travers leur fonction d'arbitre de cette joute électorale.
- 6 De façon complémentaire, le travail réalisé par William Spano, Simon Gadras et Eva-Marie Goepfert aborde les critiques métadiscursives des débats politiques institutionnalisés comme celui étudié par Coulibaly. L'exclusion de certains candidats à l'élection française de 2017 lors du débat télévisé diffusé sur la chaîne TF1 est l'occasion pour les auteurs de s'intéresser à la façon dont les modalités de médiatisation conflictuelle de la politique sont l'objet de critiques de la part de différents acteurs médiatiques (dominants, nouveaux médias, acteurs en marge du champ journalistique) et participent d'un discours social plus large de contestation des médias dominants. Si les critiques de la mise en scène des débats par des concurrents de TF1 témoignent de positionnements éditoriaux dans le champ médiatique, celles de nature démocratique et déontologique de la part d'acteurs en périphérie de ce champ sont symptomatiques d'un malaise lié aux pratiques médiatiques et journalistiques actuelles. Cela étant, ces critiques, comme l'explique bien les auteurs, ne sont pas totalement désintéressées, mais s'arriment à une volonté d'incarner une solution de rechange en information politique, amenant le public à partager une vision autre du journalisme et de la médiatisation de la politique qui

laisserait une place importante à un renouveau des pratiques qu'incarnent les *pureplayers* de l'information et les youtubeurs politiques.

- 7 Sur fond de scandale politique, c'est à travers l'entrevue politique télévisée que Guylaine Martel décrit la dynamique interactionnelle tendue qui s'instaure entre le monde de la politique et celui des médias. Campées dans les rôles très polarisés d'« accusée », pour la politicienne interviewée, et de « dénonciatrice », pour la journaliste intervieweuse, l'une et l'autre utilisent la scène médiatique comme lieu d'interaction pour négocier leur ethos professionnel respectif. L'analyse détaillée que développe l'auteure montre que, dans cette joute communicationnelle très intense, l'attaque et la défense doivent être traitées de façon indissociable, la légitimité de l'une se faisant au détriment de la légitimité de l'autre. Pour faire la preuve de son intégrité, la politicienne a besoin d'une tribune publique afin de déconstruire le rôle d'accusée que cherche à lui faire endosser la journaliste. Dans le contexte actuel de la médiatisation, où les médias interviennent dans le débat public pour leur propre compte, critiquent les contenus et surveillent les élus, la journaliste doit également établir sa propre crédibilité en discréditant la politicienne aux yeux du public. S'ensuit une négociation souvent agressive dont le but vise au moins autant à renforcer son ethos qu'à établir des faits.

- 8 Faisant écho à l'étude de Spano et de ses collaborateurs, celle de Paolo Sedda témoigne de l'éclatement des espaces de médiatisation conflictuelle de la / du politique. Plus qu'une prise de parole oppositionnelle, il s'agit d'un véritable discours contestataire qui émerge de l'analyse des stratégies numériques du *MoVimento 5 stelle*, à la fois mouvement social et organisation politique italienne. Porté par un blogue de contre-information du comique Beppe Grillo — blogue qui agit à la fois comme outil de cadrage idéologique et comme outil de socialisation et de mobilisation politiques —, le mouvement analysé s'inscrit dans le contexte actuel de désillusion et de méfiance envers les médias et les partis politiques traditionnels. Combinant l'analyse ethnographique de la plateforme à une analyse de contenu quantitative et qualitative des publications du comique et des échanges des participants sur le blogue, l'étude montre comment l'organisation discursive d'une parole anti-système, porteuse de propositions en faveur d'une citoyenneté radicale, s'appuie sur une critique virulente et caustique des élites en place qui est reproduite, intensifiée, confirmée par le flot de commentaires du blogue, montrant une adhésion presque sans faille aux propos du comique. En dépit de cette participation des citoyens / internautes au blogue, principalement à travers un mode réactif, il reste, de l'avis de l'auteur, que sa configuration sociotechnique, centrée sur les communiqués du comique dans une logique de diffusion descendante (du comique vers les internautes), ne réussit pas à répondre aux demandes de participation active et d'engagement de la société civile, conformément aux idéaux prônés de démocratie directe. La médiatisation de la contestation est dans ce cadre essentiellement construite et imposée par l'auteur du blogue et entérinée et applaudie par les supporters, ce qui reproduit en quelque sorte le modèle hégémonique asymétrique et hiérarchique de la communication politique.

- 9 En conclusion de ce numéro, Olivier Turbide illustre une dynamique similaire d'amplification et d'intensification d'un discours de confrontation, mais cette fois, il ne s'agit pas d'une parole anti-système qui est sous l'œil de l'analyste, mais d'une interview conflictuelle appartenant au genre *confrontainment* entre un intervieweur, personnalité médiatique, et un interviewé, politicien vedette. S'intéressant aux réactions des publics (en studio et sur Twitter) d'affiliation et de désaffiliation à l'égard de l'intervieweur et de l'interviewé ainsi qu'à leurs comportements agressifs, les résultats de l'étude montrent

une augmentation du seuil de tolérance à l'agressivité de la part des téléspectateurs connectés par rapport au public en studio, se traduisant par l'accentuation de l'agressivité manifestée à l'endroit du politicien ciblé. Quoiqu'ils soient attendus, ces résultats s'interprètent à la faveur d'une culture de la célébrité où le politicien vedette devient une cible légitime d'attaque pour des intervieweurs reconnus pour manifester une attitude de défiance, renforçant, par la même occasion, les dispositions cyniques et suspicieuses des publics à l'égard de ces politiciens. L'auteur conclut que cette logique de renforcement d'une même position « contre », loin de participer à un débat public argumenté, ouvre la voie à une spirale de l'impolitesse dont les réseaux socionumériques constituent un terreau fertile.

- 10 Au terme de ces études de cas, il apparaît que si la médiatisation conflictuelle d'acteurs politiques peut dans certains contextes être porteuse de promesses d'un renouveau démocratique, elle prend aussi des formes qui s'éloignent des logiques d'information et de reddition de comptes pour se mettre au service d'un spectacle où apparaître comme le gagnant constitue l'enjeu ultime. Or, les analyses de ce dossier montrent que ce mode de médiatisation de la politique, loin de faire l'unanimité des publics, est contesté tant sur la forme que sur le fond à la faveur de critiques de plus en plus nombreuses et portées par de nombreux acteurs. Ce faisant, et même si le conflit est définitoire du processus démocratique, cette pratique actuelle de la confrontation médiatisée nous amène à réfléchir aux effets de celle-ci sur les représentations sociales du politicien quant à sa crédibilité et à sa légitimité, sur le rôle des médias dans ce processus de même que sur l'ensemble des modalités de participation des citoyens au débat démocratique.

BIBLIOGRAPHIE

AMOSSY, Ruth (1999), « L'ethos au carrefour des disciplines : rhétorique, pragmatique, sociologie des champs », dans Ruth AMOSSY (dir.), *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Lausanne, Delachaux et Niestlé, p. 127-154.

AMOSSY, Ruth (2014), *Apologie de la polémique*, Paris, Presses universitaires de France.

BASTIEN, Frédéric (2013), *Tout le monde en regarde ! La politique, le journalisme et l'infodivertissement à la télévision québécoise*, Québec, Presses de l'Université Laval.

BILMES, Jack (1999), « Questions, answers, and the organization of talk in the 1992 vice presidential debate: Fundamental considerations », *Research on Language and Social Interaction*, 32 (3) : 213-242.

BUELL, Emmett H. et Lee SIGELMAN (2008), *Attack Politics: Negativity in Presidential Campaigns Since 1960*, Kansas, Kansas University Press.

BURGER, Marcel (2010), « Le cadrage de la communication dans les médias », *Communication*, 27 (2). [En ligne]. <http://communication.revues.org/3064>. Page consultée le 9 juillet 2019.

BURGER, Marcel, Jérôme JACQUIN et Raphaël MICHELI (dir.) (2011), *La parole politique en confrontation dans les médias*, Bruxelles, De Boeck.

- CABASINO, Francesca (2010), « L'injure a-t-elle droit de cité dans l'interpellation ? Le cas du débat parlementaire », *Corela. Cognition, représentation, langage*, 8, hors série. [En ligne]. <https://corela.revues.org/773>. Page consultée le 9 juillet 2019.
- CAPELLA, Joseph N. et Kathleen H. JAMIESSON (1997), *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, New York, Oxford University Press.
- CHARAUDEAU, Patrick (2005), *Les médias et l'information : l'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck Supérieur.
- CLAYMAN, Steven et John HERITAGE (2002), *The News Interview*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CORNER, John et Dick PELS (dir.) (2003), *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*, Londres, Sage Publications.
- EKSTRÖM, Mats (2009), « Power and affiliation in presidential press conferences: A study on interruptions, jokes and laughter », *Journal of Language and Politics*, 8(3) : 386-415.
- EKSTRÖM, Mats (2011), « Hybridity as a resource and challenge in a talk show political interview », dans Matts EKSTRÖM et Marianna PATRONA (dir.), *Talking Politics in Broadcast Media*, Amsterdam, Benjamins, p. 135-155.
- GIASSON, Thierry (2012), « As (not) seen on TV: News coverage of political marketing in Canadian federal elections », dans Alex MARLAND, Thierry GIASSON et Jennifer LEES-MARSHMENT (dir.), *Political Marketing in Canada (2008-2011)*, Vancouver, UBC Press, p. 175-192.
- GINGRAS, Anne-Marie (1996), « Les métaphores dans le langage politique », *Politique et sociétés*, 30 : 159-171.
- HARRIS, Sandra (2001), « Being politically impolite: Extending politeness theory to adversarial political discourse », *Discourse & society*, 12(4): 451-472.
- HMIELOWSKI, Jay D., Myiah J. HUTCHENS et Vincent J. CICCHIRILLO (2014), « Living in an age of online incivility: Examining the conditional indirect effects of online discussion on political flaming », *Information, Communication & Society*, 17(10) : 1196-1211.
- HUTCHBY, Ian (1996), *Confrontation Talk*, Mahwah, Lawrence Erlbaum.
- HUTCHBY, Ian (2011), « Doing non-neutral: Belligerent interaction in the hybrid political interview », dans Matts EKSTRÖM et Marianna PATRONA (dir.), *Talking Politics in Broadcast Media*, Amsterdam, Benjamins, p. 115-134.
- HUTCHBY, Ian (2017), « Hybridisation, personnalisation and tribuneship in the political interview », *Journalism*, 18(1) : 101-118.
- ILIE, Cornelia (dir.) (2010), *European Parliaments under Scrutiny: Discourse Strategies and Interaction Practices*, Amsterdam, Benjamins.
- JOHNSON-CARTEE, Karen S. et Gary COPELAND (2013), *Negative Political Advertising: Coming of Age*, Londres, Routledge.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2017), *Les débats de l'entre-deux tours des élections présidentielles françaises. Constantes et évolutions d'un genre*, Paris, L'Harmattan.
- LALANCETTE, Mireille (2014), « Playing along new rules: Personalized politics in a 24/7 mediated world », dans Alexander MARLAND, Thierry GIASSON et Tamara A. SMALL (dir.), *Political Communication in Canada*, Vancouver, UBC Press, p. 144-159.

- LAU, Richard R. et Ivy BROWN ROVNER (2009), « Negative campaigning », *The Annual Review of Political Science*, 12 : 285-306.
- LORENZO-DUS, Nuria, Pilar G.-C BLIVITCH et Patricia BOU-FRANCH (2011), « On-line polylogues and impoliteness: The Case of postings sent in response to the Obama reggaeton YouTube video », *Journal of Pragmatics*, 43(10) : 2578-2593.
- LUGINBÜHL, Martin (2007), « Conversational violence in political TV debates: Forms and functions », *Journal of Pragmatics*, 39(8) : 1371-1387.
- MARTEL, Guylaine (2010), « La performance communicationnelle en contexte médiatique », *Mots. Les langages du politique*, 92 : 83-102.
- MARTEL, Guylaine (2018), *Incarnar la politique. La construction de l'image médiatique des femmes et des hommes politiques au Québec*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- MONTGOMERY, Martin (2007), *The Discourse of Broadcast News. A Linguistic Approach*, Londres, Routledge.
- MONTGOMERY, Martin (2011), « The accountability interview: Politics and change in UK public service broadcasting », dans Matts EKSTRÖM et Marianna PATRONA (dir.), *Talking Politics in Broadcast Media*, Amsterdam, Benjamins, p. 33-55.
- OGER, Claire (2012), « La conflictualité en discours : le recours à l'injure dans les arènes publiques », *Argumentation et analyse du discours*, 8. [En ligne]. <http://aad.revues.org/1297>. Page consultée le 9 juillet 2019.
- OPREA, Alina-Gabriela (2012), *Le système de la politesse confronté aux défis du talk show*. Thèse, Université Babes-Bolyai et Université Lumière Lyon 2.
- SMITH, Angela et Michael HIGGINS (2017), *Belligerent Broadcasting: Synthetic Argument in Broadcast Talk*, Abington, Routledge.
- SOBIERAJ, Sarah et Jeffrey M. BERRY (2011), « From incivility to outrage: Political discourse in blogs, talk radio, and cable news », *Political Communication*, 28(1) : 19-41.
- STREET, John (2004), « Celebrity politicians: Popular culture and political representation », *British Journal of Politics & International Relations*, 6(4) : 435-452.
- STRÖMBÄCK, Jesper (2008), « Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics », *International Journal of Press/Politics*, 13(3) : 228-246.
- THOMPSON, John B. (1995), *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press.
- THOMPSON, John B. (2000), *Political Scandal. Power and Visibility in the Media Age*, Cambridge, Polity Press.
- THORNBORROW, Joanna et Martin MONTGOMERY (2010), « Special issue on personalization in the broadcast news interview », *Discourse & Communication*, 4(2).
- THUSSU, Daya K. (2007), *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*, Londres, Sage.
- TOLSON, Andrew (2011), « Political discourse in TV news. Conversational presentation and the politics of "trust" », dans Matts EKSTRÖM et Marianna PATRONA (dir.), *Talking Politics in Broadcast Media*, Amsterdam, Benjamins, p. 57-74.
- TROGNON, Alain et Janine LARRUE (1994), « Les débats politiques télévisés », dans Alain TROGNON et Janine LARRUE (dir.), *Pragmatique du discours politique*, Paris, Armand Colin, p. 55-126.

TURBIDE, Olivier (2015), « La construction d'images publiques dans le discours politique médiatique : qu'est-ce qu'une performance adéquate ? », *Communiquer*, 14 : 5-23. [En ligne]. <https://communiquer.revues.org/1624>. Page consultée le 9 juillet 2019.

TURBIDE, Olivier et Marty LAFOREST (2015), « Interview politique et construction interactionnelle de l'impolitesse », *Semen*, 40 : 34-54. [En ligne]. <http://semen.revues.org/10399>. Page consultée le 9 juillet 2019.

VAN ZOONEN, Liesbet (2005), *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*, Lanham, Rowman & Littlefield.

VINCENT, Diane, Olivier TURBIDE et Marty LAFOREST (2008), *La radio X, les médias et les citoyens : dénigrement et confrontation sociale*, Québec, Nota bene.

WINBERT, Oscar (2017), « Insult politics: Donald Trump, right-wing populism, and incendiary language », *European Journal of American Studies*, 12(2). [En ligne]. <http://ejas.revues.org/12132>. Page consultée le 9 juillet 2019.

NOTES

1. À l'exception de l'étude de Coulibaly.

AUTEURS

OLIVIER TURBIDE

Olivier Turbide est professeur au Département de communication sociale et publique de l'Université du Québec à Montréal et membre du Groupe de recherche en communication politique. Courriel : turbide.olivier@uqam.ca

GUYLAINE MARTEL

Guylaine Martel est professeure au Département d'information et de communication et membre du Lab-O, Université Laval. Courriel : Guylaine.Martel@com.ulaval.ca