



Olivier Fournout, *La Trumpisation du monde. Pourquoi le monde adore Trump, y compris ceux qui le détestent*
Lormont, Éd. Le Bord de l'eau, coll. Documents, 2020, 172 pages

Alexandre Eyriès

DANS **QUESTIONS DE COMMUNICATION 2021/2 n° 40**, PAGES 594 À 596
ÉDITIONS **ÉDITIONS DE L'UNIVERSITÉ DE LORRAINE**

ISSN 1633-5961

ISBN 9782384510054

DOI 10.4000/questionsdecommunication.27775

Date de mise en ligne : 22/07/2022

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://shs.cairn.info/revue-questions-de-communication-2021-2-page-594?lang=fr>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...
Scannez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Éditions de l'Université de Lorraine.

Vous avez l'autorisation de reproduire cet article dans les limites des conditions d'utilisation de Cairn.info ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Détails et conditions sur cairn.info/copyright.

Sauf dispositions légales contraires, les usages numériques à des fins pédagogiques des présentes ressources sont soumises à l'autorisation de l'Éditeur ou, le cas échéant, de l'organisme de gestion collective habilité à cet effet. Il en est ainsi notamment en France avec le CFC qui est l'organisme agréé en la matière.

Olivier FOURNOUT, *La Trumpisation du monde. Pourquoi le monde adore Trump, y compris ceux qui le détestent*

Lormont, Éd. Le Bord de l'eau, coll. Documents, 2020, 172 pages

Alexandre Eyries



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/27775>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.27775](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.27775)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2021

Pagination : 594-596

ISBN : 978-2-38451-005-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Alexandre Eyries, « Olivier FOURNOUT, *La Trumpisation du monde. Pourquoi le monde adore Trump, y compris ceux qui le détestent* », *Questions de communication* [En ligne], 40 | 2021, mis en ligne le 01 juin 2022, consulté le 12 octobre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/27775> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.27775>



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International - CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Ce quatrième chapitre est le chapitre clé de l'ouvrage. Le rappel des rapports économiques à l'époque féodale entraîne l'auteur à expliquer la justesse de son hypothèse par une mise en perspective des propriétés qui caractérisent le modèle économique féodal et des propriétés émergentes qui caractérisent le modèle économique des plateformes numériques. La différenciation entre l'approche proposée et les approches considérant plutôt une économie de la rente est utile : la notion de domination des plateformes sur ses utilisateurs mériterait d'être analysée plus finement et au moins s'appuyer sur des analyses scientifiques de ce phénomène et de ses conséquences (Hajer Kefi, Alya Mlaiki, Michel Kalika, « Comprendre le phénomène de dépendance envers les réseaux sociaux numériques : les effets de l'habitude et de la surcharge informationnelle dans le cas de Facebook », *Systèmes d'information & management*, 21, p. 7-42, 2016. Accès : <https://doi.org/10.3917/sim.164.0007>). En effet, si la dépendance économique est facile à comprendre pour les acteurs producteurs-payants de contenu, les utilisateurs-en-mode-gratuit sont plutôt considérés dans la littérature comme faisant l'objet d'une addiction, ce qui ne relèverait pas d'un besoin obligatoire entraînant la dépendance. Peut-on quitter Facebook à titre individuel sans gros problème dans sa vie personnelle, en utilisant d'autres canaux de communication avec son écosystème ? Est-ce si coûteux ?

L'auteur conclut sans pour autant proposer un mode de penser le futur de l'économie numérique. Toutefois, il propose une incitation à explorer ce que pourraient être les régulations sociales et politiques permettant d'éviter la prise de pouvoir des prédateurs sur une économie évoluant vers la prédation généralisée : un post-capitalisme ténébreux et un retour à des rapports sociaux de dominants/dominés. Il pointe en effet que du point de vue libéral, « l'économie numérique tourne au casse-tête idéologique » (p. 228) : démanteler les monopoles des plateformes compliquerait sérieusement la vie des consommateurs de ces plateformes et la viabilité économique d'une multitude de plateformes ne pouvant pas croître de manière exponentielle (*hyperscaling*) serait trop faible pour justifier leurs coûts initiaux. Une hypothèse à la chinoise ferait apparaître le spectre de l'écrasement de la société par un état exploitant cette économie numérique pour s'assurer du contrôle social. « L'avènement de l'individu totalement développé suppose que l'adieu au marché aille de pair avec un réinvestissement

des subjectivités, en particulier sous la forme d'une véritable démocratie économique » (p. 175).

L'ouvrage est particulièrement documenté et référencé pour fonder l'idée que la notion de « Techno-Féodalisme » est pertinente pour bien comprendre le type d'économie qui se développe avec les plateformes du numérique. La démonstration est convaincante même si la métaphore entraîne l'auteur à considérer l'identité du rôle de la terre dans le cas du féodalisme et du numérique au xx^e siècle. À l'enracinement dans la glèbe, terre tangible, correspondrait une dépendance à la glèbe numérique. À l'ère de l'interrogation mondiale sur les enjeux du réchauffement climatique, de l'effondrement de la biodiversité et de repliements territoriaux, n'est-il pas trop rapide de considérer que l'attachement à la glèbe numérique soit aussi fort que ce que dit l'auteur ? Dans sa conclusion, on voit également que l'avenir de ce type d'économie de prédation ne peut pas être envisagé sereinement et que les régulations de type capitaliste ou de type marxiste ne sont pas crédibles. Pourquoi l'auteur ne revient-il pas sur le système féodal que les paysans avaient réussi à dépasser pour imaginer et préserver un autre fonctionnement pour la gestion de ressources, les communs ? Une discussion sur cette direction serait sans doute intéressante.

En définitive, cet ouvrage est intéressant et utile pour penser autrement les phénomènes actuels de l'économie de plateforme, et considérer qu'il y a là un modèle proche de celui de la prédation féodale. Toutefois, la conclusion est frustrante tant le lecteur est renvoyé à lui-même pour inventer une façon d'utiliser ce modèle, et s'efforcer de penser autrement le futur économique de la société.

Alain Mille

Université Claude Bernard Lyon 1, Liris, F-69100

Villeurbanne, France

alain.mille@univ-lyon1.fr

Olivier FOURNOUT, *La Trumpisation du monde. Pourquoi le monde adore Trump, y compris ceux qui le détestent* Lormont, Éd. Le Bord de l'eau, coll. Documents, 2020, 172 pages

Durant quatre années (de 2017 à 2021), l'ancien *golden-boy*, milliardaire, homme d'affaires et propriétaire de médias américain, Donald Trump, a dirigé la première puissance économique du monde, à savoir les États-Unis d'Amérique, dans son

style caractéristique, ce que d'aucuns ont appelé la stratégie du pire, à savoir un mélange de virilité surjouée, d'intimidation physique et de recours surabondant à des *fake news* dont il passait pour être paradoxalement le principal pourfendeur. À en croire les observateurs roués de la vie politique américaine, sa réélection ne semblait être qu'une formalité, l'issue victorieuse ne faisait aucun doute. Pour l'Amérique de la *middle class* acquise à la cause de D. Trump, l'élection de Joe Biden a constitué un véritable coup de tonnerre. Quelques mois après, que reste-t-il de la mandature de D. Trump ? De quelle manière le monde continue-t-il sa course folle après son passage haut en couleur à la tête des États-Unis ?

Dans l'ouvrage qu'il a publié aux éditions Le Bord de l'eau en septembre 2020, Olivier Fournout, maître de conférences HDR en sciences de l'information et de la communication à Télécom Paris, esquisse une série d'éléments de réponse, formules différentes préconisations et recommandations pour essayer de redynamiser le lien social et de mobiliser des savoir-faire et des savoir-être utiles pour comprendre ce monde en perpétuelle évolution et aux frontières mouvantes et incertaines. Organisé en deux parties comprenant respectivement neuf et sept chapitres, l'ouvrage comprend également une conclusion qui donne à voir une liste éclairante de douze propositions pour sortir du trumpisme ambiant.

Dans l'introduction de son ouvrage (p. 5-8), O. Fournout explique fort à propos que D. Trump est le visage clivant et potentiellement générateur de polémiques de notre monde complexe, violent et dans lequel les forces centrifuges et les tensions communautaires sont légion : « Le climat de l'époque, outre qu'il se réchauffe, est à la division et à la controverse – qui chauffent les relations. Exemple le plus récent : la pandémie du coronavirus (2020). Elle enfievre les corps, mais enfievre aussi la communication. Les désaccords, y compris internes à la médecine, éclatent au grand jour. L'anathème fuse dans les espaces publics larges ou niches (listes de diffusion, y compris scientifiques, Twitter) ou semi-privés (les réseaux sociaux d'amis, les petits groupes d'échanges électroniques) » (p. 5).

Le rapport de force envahit la communication ordinaire, aussi bien entre les individus (il n'est qu'à penser à la polémique récente autour de la vaccination contre le Covid-19, aux effervescences et crispations provoquées par le mouvement *woke* dans le monde, etc.) qu'entre les États. Ce livre défend la thèse d'un D. Trump structurel qui devient le symbole d'une héroïisation

de l'individu au sein de nos sociétés symboliquement violentes au sens de Pierre Bourdieu. Il s'agit d'analyser « ce que nous appellerons la trumpisation du monde. Une trumpisation qui nous embarque toutes et tous dans une disposition collective de divisions et de controverses. Qui nous prépare mal à la résolution des crises à venir. Les accidents de communication y sont comme des répétitions de la guerre. De la trumpisation du monde, Trump est un agent virulent et viral mais il n'est pas le seul. Les disputes autour du coronavirus en sont un symptôme parmi d'autres » (p. 5-6).

Le sentiment qui a guidé O. Fournout dans l'écriture de cet essai est que le monde n'en a pas encore fini avec les politiques de division et de controverses, même au-delà de la défaite de D. Trump à la dernière élection présidentielle américaine. Le présent livre porte sur D. Trump, mais aussi et surtout sur « ceux qui le détestent – qui adorent le détester. Non pas que ceux qui s'opposent à Trump soient pareils à lui en tout point mais les différences ne devraient pas barrer la route à une enquête sociologique sur ce qu'ils ont en commun, du côté de la logomachie médiatique, de l'impossibilité de dialoguer, du face-à-face simplificateur, de la volte-face périlleuse, de l'exclusion des positions tierces, de la grossièreté dans l'invective » (p. 7).

Dans la première partie de l'ouvrage (p. 9-87), l'auteur s'intéresse à la trumpisation ordinaire du monde qui passe par des processus de survalorisation outrancière d'un héroïsme de carton-pâte, un héroïsme fantasmé et qui emprunte largement à l'imaginaire cinématographique hollywoodien. D. Trump a imposé dans le débat public le concept de « Tous héros » qui a rapidement fait florès : « Le tous héros est désormais un dogme solidement installé, du manger de pizza au manager dans les organisations, en passant par la génération Z, l'entrepreneur sur internet ou le possesseur d'une montre, d'un vélo tout-terrain, d'un téléphone portable ou d'une mini-caméra » (p. 12). Ce dogme politico-médiatique repose sur une mécanique communicationnelle simple (simpliste même) et efficace, il s'agit d'imposer des éléments de langage dans lesquels des personnalités uniques, hors normes, des profils atypiques et extraordinaires au sens étymologique du terme accomplissent des gestes (voire une geste) dont le commun des mortels n'est pas ou peu capable : « Le point commun de ces enthousiasmes est le culte de l'individu au sommet de son courage, de sa splendeur médiatique, de ses performances sexuelles et guerrières – au mieux de sa forme comme on dirait d'un sportif » (p. 13). Le héros moderne que D. Trump a pu incarner aux

États-Unis (en s'instituant même *storyteller* de sa propre réussite à travers des traités de management qui sont devenus de véritables *best sellers*) est d'abord capable de prendre le pouvoir sur lui-même. Il se constitue en entité autonome, maître de soi, patron de sa destinée, artisan de lui-même, puis il part à la conquête de territoires en lutte avec certains et en alliance avec d'autres. En surfant sur un lexique empreint de populisme, D. Trump a institué comme principe fondateur le fait « d'opposer les uns contre les autres, les intérêts les uns contre les autres, les races les unes contre les autres, les électeurs les uns contre les autres, les catégories socioprofessionnelles les unes contre les autres, car le trumpisme prospère sur la guerre » (p. 34). L'homme d'affaires D. Trump a précédé de plusieurs décennies l'homme politique et le 45^e président des États-Unis, mais pour l'un comme pour l'autre les mêmes stratégies ont toujours prévalu, et notamment l'imposition d'une domination symbolique sur l'autre *via* la manifestation symbolique d'une force physique, technologique ou économique : « Trump a besoin de cet état de guerre généralisé pour justifier ses manières en affaires comme en politique, dans la vie personnelle comme publique, dans ses rapports avec les médias comme au sein de ses propres équipes à l'international comme sur la scène nationale. Trump excelle à diviser, et c'est une erreur stratégique cuisante de chercher à faire aussi bien que lui en matière de division » (p. 34). La controverse est une technique communicationnelle très efficace pour attirer les médias et D. Trump l'a évidemment compris mieux que personne et très précocement.

Dans la deuxième partie de l'ouvrage (p. 89-146), l'auteur s'intéresse de très près à ce qu'il appelle fort justement « l'héroïcomanie trumpiste » qui repose sur une logique permanente d'admonestation : « La société selon Trump est à l'image du cinéma américain, ultra-violente. Florilège : "Le monde est violent, brutal. C'est un endroit où les gens sont là pour vous tuer, si ce n'est physiquement, alors mentalement. [...] C'est une jungle. Les gens seront méchants et mauvais et essayeront de vous blesser juste pour le plaisir" » (p. 91-92). En définitive, D. Trump n'est donc, selon O. Fournout, pas un fou atypique mais juste un *ersatz* des violences banales, universellement admises. Et comme la violence répond à la violence, toute insulte peut avoir pour excuse d'être une manière moderne de riposter, si l'on en croit l'homme d'affaires et homme politique américain pour qui la seule chose qui vaille, c'est la guerre de tous contre tous, acceptée par tous et censée être victorieuse pour tous : « La nouveauté est que le rapport de force extrême est

ce qui cimente la société hypermoderne. La violence n'est plus disqualifiante, au contraire, et même plus en théorie : elle est le sésame que tous les acteurs sur la scène cherchent à se procurer pour se mettre en valeur – soi, son expertise, sa technologie, son produit, sa position sociale, son idéologie, etc. » (p. 97) Outre la violence et l'institution d'un rapport de force permanent dans ses stratégies agressives de communication, le milliardaire américain se singularise également par une manière d'accepter, et même de cultiver un art certain de la contradiction et de l'invéraisemblance : « Trump dit tout et son contraire. C'est entendu. Les exemples sont légion. Trump se contredisant lui-même est monnaie courante. Une sortie médiatique inhibe l'autre. La corrige. Donne un semblant de choix dans une machine par ailleurs implacable. Pour Trump d'un côté "le commerce est mauvais" et de l'autre "nous faisons tous et toutes du business" » (p. 129).

Ce héros (ou anti-héros) paradoxal qu'est incontestablement D. Trump constitue à la fois l'incarnation d'un monde à la dérive et un repoussoir idéologique pour de nombreux détracteurs qui n'ont toujours pas perçu hélas les ramifications profondes et nombreuses qui excédaient largement le personnage de magnat des affaires et de la politique pour construire au-delà de D. Trump lui-même un écosystème politico-communicationnel populiste des plus complexes. Pour paraphraser la phrase rituelle prononcée lors de l'avènement d'un nouveau monarque en France (« Le roi est mort, vive le roi »), avec la trumpisation du monde, on pourrait écrire : « Trump est mort, vive Trump [la trumpisation du monde] ».

Dans la conclusion de son vivifiant essai (p. 147-160), O. Fournout rappelle avec force que le point de départ de la trumpisation du monde repose tout entière dans la matrice héroïsante de la réalité. Il formule douze propositions pour engager à nous réinventer collectivement à l'ère de D. Trump et du coronavirus. Par la richesse de ses analyses et des perspectives qu'il ouvre, et par la multiplicité d'études de cas qu'il propose, cet ouvrage dense et au style enlevé ne manquera pas de captiver un vaste lectorat intéressé par la politique et les stratégies de communication qui en sont indissociables.

Alexandre Eyries

Université de Bourgogne, Ciméos, F-21000 Dijon, France
alex.eyries@yahoo.fr