

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

« WOMEN LIKE ME ARE NOT SUPPOSED TO RUN FOR OFFICE » : IDENTITÉS ET VALEURS DANS  
LES DISCOURS POLITIQUES PROGRESSISTES AUX ÉTATS-UNIS. UNE ÉTUDE DES STRATÉGIES  
DISCURSIVES MOBILISÉES PAR ALEXANDRIA OCASIO-CORTEZ POUR SUSCITER DE L'ADHÉSION  
ENTRE 2018 ET 2021.

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

ELYA CHARTRAND DESCHAMPS

OCTOBRE 2024

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

J'aimerais commencer par remercier mon directeur, Olivier Turbide, pour son encadrement, mais surtout pour sa patience. Mon mémoire a largement évolué depuis nos premières rencontres. Tes conseils, tes compliments, mais aussi, tes critiques constructives m'ont aidé à forger mon identité de chercheuse et à livrer un produit dont je suis réellement fière. J'aimerais aussi te remercier pour toutes les opportunités que tu m'as offertes. Sans mes deux années à la coordination du Labopresse et sans mon temps passé en tant qu'auxiliaire de recherche pour le projet Détrans, je n'aurai pas la confiance que j'ai aujourd'hui ni les outils pour faire de l'analyse de discours. Merci de m'avoir rassurée quand j'avais besoin, d'avoir fait sens de mes idées lorsqu'elles allaient dans toutes les directions, bref, merci de m'avoir accompagné si fidèlement toutes ces années, j'en suis sincèrement reconnaissante.

J'aimerais par la suite remercier les membres de mon jury, Mélanie Millette et Michelle Stewart, pour leurs commentaires et leur contribution importante sur mon mémoire. Merci à vous deux pour vos conversations, conseils et encouragements, tant dans le couloir qu'à la suite de séminaires. Vous êtes des personnes inspirantes et avez largement contribué à mon désir de poursuivre mes études au doctorat. Merci aussi à Stéphanie Yates pour les questions et les commentaires à la suite de mes présentations au Labfluens et au GRCP. Chaque discussion avec toi m'a poussé à réfléchir davantage quant à l'impact de ma recherche et à ma posture de chercheuse, merci.

J'aimerais également remercier mon copain, Sebastian. Merci de m'avoir caféiné durant toutes ces années, car sans tes excellents cafés, j'en serais encore probablement à la phase d'idéation ! Merci de m'avoir soutenu, je sais que ça n'a pas toujours été facile, mais tu as été un pilier et une inspiration tout au long de ce processus. Merci pour toutes les conversations, les distractions, les calins et les mots d'encouragement, bref, pour ton amour inconditionnel. Tes mots, ton art et ton éthique de travail m'inspirent chaque jour et je suis plus que fière de franchir cette étape importante avec toi.

Merci à mes ami-es de l'UQAM, Justine, Isabella, Sabrina et Edith. Je suis choyée de vous avoir. La maîtrise, une expérience à la base très solitaire, a été nettement plus agréable avec vous à mes côtés. Merci d'avoir été des oreilles attentives, des conseiller-ères, mais aussi, des cheerleaders de l'enfer.

Merci aussi à deux personnes incroyables dans ma vie, Sam et Hadidja. Vous êtes des forces de la nature et je suis si fière d'être votre amie. Vous deux, respectivement, m'avez donné l'espace pour relaxer, pour décrocher, mais aussi pour tester des idées et de parler *longuement* de ma recherche, et ce, à tout moment de la journée. Je vous apprécie plus que vous le pensez. Merci aussi à Will, Jacob, Tom, Rabbi, Cycy, Sandra, Kata et tous ceux et celles qui ont, de près ou de loin, été présents pour moi tout au long de ce processus.

Merci à ma gang du Bar à Flot pour les rires et les distractions. Vous avez été une source de bonheur et de réconfort incessante et je vous en remercie.

Merci à mon frère, qui répond toujours à mes appels et qui est, depuis le début, un pilier et un modèle pour moi. Merci à mes parents pour leur soutien, leur encouragement, ainsi que pour tout ce qu'ils m'ont transmis, dont leur éthique de travail et leur curiosité. Vous trois, à votre manière, êtes des inspirations. Je suis extrêmement reconnaissante de vous avoir dans ma vie et de pouvoir compter sur vous. Je vous remercie pour tout ce que vous avez fait pour moi, pour votre présence et pour votre amour.

## DÉDICACE

« No country can ever truly flourish if it stifles the potential of its women and deprives itself of the contributions of half of its citizens » - (Michelle Obama, 2014).

À celles et ceux qui désirent changer les choses.

## AVANT-PROPOS

Cette recherche s'inscrit dans un contexte où de plus en plus de femmes réclament leur place au sein de l'espace politique, qui lui a été historiquement occupé par le *Boys Club*, par les privilégiés, et donc, rarement par celles et ceux qui sont concrètement et directement concerné·es par les politiques publiques, les programmes gouvernementaux, les coupes budgétaires, etc. Bien qu'au fil de l'analyse, une distance et une objectivité face aux résultats ont été adoptées, cette recherche se veut, malgré tout, une ode aux femmes en politique, une célébration des discours portés par celles qui, encore à ce jour, se font dire qu'elles parlent trop fort, qu'elles prennent trop de place, voire même, qu'elles n'ont pas leur place à la tête d'un parti, dans une réunion, dans une conversation, etc. Cette recherche se veut donc un hommage à toutes celles qui brisent les normes, qui font des vagues, mais aussi celles qui se battent de l'intérieur pour changer les choses. Cette recherche se veut aussi être une reconnaissance et une appréciation des différences, des identités plurielles, des valeurs nombreuses qui unissent celles et ceux qui se battent pour changer les choses, et ce, à tous les niveaux, soit tant dans les rues que dans les salles de classe.

Moi-même étant une femme à qui on a souvent dit de parler moins fort, d'être moins sévère, de sourire davantage, mais aussi, de sourire moins pour être prise au sérieux, d'être empathique, mais de ne pas penser avec mes émotions, d'être plus féminine, moins féminine, bref, en étant moi-même une femme, dans une ère où le fait d'être une femme est politique (je pense aux féminicides, à l'accès révoqué à l'avortement, etc.), j'ai cherché à ce que ma recherche ait une forte pertinence scientifique, mais également sociale. J'espère donc que cela transparaisse dans ce mémoire.

Enfin, pour moi, cette recherche a été comme un baume sur mon cœur brisé de jeune femme craintive, hostile, méfiante de la politique, et apeurée quant à l'avenir incertain de cette planète, et de ce fait, j'espère qu'il aura le même pouvoir sur les personnes qui en feront la lecture. Au final, malgré le portrait, ma foi, très pessimiste de l'état actuel des choses, tant au niveau social, économique, politique qu'environnemental, il y a de l'espoir pour celles et ceux qui désirent changer les choses. Pour paraphraser la personne qui a largement inspiré ma participation à la vie politique et qui est le cas à l'étude dans ce mémoire : il faut agir et pointer vers les possibilités du futur, car l'espoir naît de notre capacité à refuser de nous contenter du minimum et de se battre pour ce que l'on mérite.

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS .....	ii
DÉDICACE .....	iv
AVANT-PROPOS.....	v
LISTE DES FIGURES .....	ix
LISTE DES TABLEAUX .....	x
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES .....	xi
RÉSUMÉ.....	xii
INTRODUCTION .....	1
CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE .....	6
1.1 Contexte socio-politique des États-Unis.....	6
1.1.1 Politique américaine : perceptions négatives, critiques et frustrations. ....	7
1.1.2 Polarisation : enjeu social, politique et communicationnel .....	9
1.2 Contexte communicationnel : obstacles et défis de la communication politique .....	13
1.2.1 Facteurs temporels : campagne permanente .....	13
1.2.2 Facteurs identitaires : inégalités et manque de représentation .....	17
1.2.3 Facteurs spatiaux : médiatisation du politique .....	20
1.3 Stratégies communicationnelles de ralliement et d'identification aux valeurs, enjeux et discours politiques.....	23
1.3.1 Mise en scène de l'acteur politique .....	23
1.3.2 Présentation et cadrage des politiques progressistes.....	27
1.3.2.1 Politiques progressistes sur les inégalités .....	29
1.3.2.2 Politiques progressistes environnementales .....	30
1.4 Objectif et question générale de recherche .....	32
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE .....	34
2.1 Le discours .....	34
2.1.1 Quelques caractéristiques du discours.....	34
2.1.1.1 Réalités langagières .....	35
2.1.1.2 Construction argumentative de la réalité .....	36
2.1.1.3 Discours politique .....	37
2.1.2 Le discours comme acte de langage.....	37
2.1.3 Le discours comme action .....	40
2.1.4 Le discours comme pouvoir symbolique émancipateur .....	41
2.2 Les valeurs.....	43

2.3	Les identités .....	47
2.3.1	Identité collective .....	47
2.3.2	Identité individuelle .....	49
2.3.2.1	Principe d'émergence .....	49
2.3.2.2	Principe de positionnement .....	50
2.3.2.3	Principe d'indexicalité .....	50
2.3.2.4	Principe de relationnalité .....	51
2.3.2.5	Principe de partialité .....	52
2.4	Questions spécifiques de recherche .....	53
CHAPITRE 3 CADRE MÉTHODOLOGIQUE .....		54
3.1	Approche méthodologique .....	54
3.2	Méthode de recherche : l'étude de cas .....	55
3.3	Méthode d'analyse : l'analyse critique du discours .....	56
3.4	Le corpus .....	59
3.4.1	Transcription des discours .....	62
3.5	Grilles d'analyse .....	64
3.5.1	Grille 1 – les informations sur le discours .....	64
3.5.2	Grille 2 – les identités dans le discours .....	65
3.5.3	Grille 3 – les valeurs dans le discours .....	68
CHAPITRE 4 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS .....		70
4.1	Brève présentation du discours .....	70
4.2	Construction identitaire d'AOC .....	73
4.2.1	Identités dans le discours .....	74
4.2.2	Identités : les stratégies discursives .....	82
4.2.2.1	La stratégie de personnalisation .....	83
4.2.2.1.1	Les (auto)désignations .....	83
4.2.2.1.2	Les référents personnels .....	86
4.2.2.1.3	Les référents culturels .....	87
4.2.2.1.4	Le <i>storytelling</i> .....	88
4.2.2.1.5	L'autodérision .....	90
4.2.2.2	La stratégie de dichotomisation .....	92
4.2.2.2.1	L'adoption d'une posture externe .....	92
4.2.2.2.2	La (dé)valorisation .....	95
4.2.2.2.3	La réfutation .....	99
4.2.2.2.4	La mobilisation du champ sémantique de la guerre .....	100
4.2.2.3	La stratégie de ralliement .....	104
4.2.2.3.1	La reconnaissance des publics .....	105
4.2.2.3.2	Le rassemblement des publics .....	106
4.2.2.3.3	La motivation des publics .....	108
4.2.2.3.4	La création d'une coalition .....	110
4.3	La mise en discours des valeurs d'AOC .....	113

4.3.1	Les valeurs dans le discours .....	113
4.3.2	Valeurs : les stratégies discursives .....	116
4.3.2.1	La mobilisation d'autorités .....	116
4.3.2.1.1	Individus comme autorités .....	117
4.3.2.1.2	Symboles comme autorités .....	119
4.3.2.1.3	Consensus social .....	121
4.3.2.2	La stratégie de dichotomisation .....	122
4.3.2.2.1	Procédé de hiérarchisation .....	123
4.3.2.2.2	Procédé de délégitimation .....	124
4.3.2.3	La stratégie affective .....	126
4.4	La synthèse des résultats .....	128
4.4.1	Portrait global : constructions identitaires et valeurs dans les discours d'AOC.....	129
4.4.2	Généralisation des résultats .....	131
CHAPITRE 5 DISCUSSION .....		133
5.1	Rappel du contexte social, politique et communicationnel .....	133
5.1.1	Rejet de la politique.....	133
5.1.2	Polarisation : opposition et inclusion .....	134
5.1.3	Obstacles et défis de la communication : facteurs temporels, identitaires et spatiaux.....	135
5.2	Interprétations et pistes de réflexion .....	137
5.2.1	Populisme : ethos et stratégies discursives.....	138
5.2.2	Marketing politique : authenticité, <i>insider</i> et <i>outsider</i> .....	142
5.2.3	Perspective féministe : émancipation ou sacrifice.....	146
5.3	Des discours d'AOC aux politiciennes progressistes .....	150
5.4	Limites de la recherche.....	151
CONCLUSION.....		154
ANNEXE A TRANSCRIPTION DES DISCOURS .....		157
<b>Discours 1</b> .....		157
<b>Discours 2</b> .....		157
<b>Discours 3</b> .....		158
<b>Discours 4</b> .....		162
<b>Discours 5</b> .....		165
<b>Discours 6</b> .....		167
<b>Discours 7</b> .....		168
<b>Discours 8</b> .....		170
<b>Discours 9</b> .....		175
<b>Discours 10</b> .....		175
BIBLIOGRAPHIE.....		177

## LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 mots ou expressions pour décrire la politique aux États-Unis .....	9
Figure 1.2 nuages de mots les plus utilisés lors du 112 <sup>e</sup> (2011-2013) et 114 <sup>e</sup> (2015-2017) Congrès .....	16
Figure 5.1 le triangle de leadership.....	143

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 2.1 les quatre catégories de valeurs fondamentales (Purko, Schwartz et Davidov (2011) .....	45
Tableau 2.2 classement idéologique des valeurs fondamentales de Schwartz .....	46
Tableau 3.1 le corpus .....	61
Tableau 3.2 la convention de transcription .....	62
Tableau 3.3 la grille 1 – les informations sur le discours .....	64
Tableau 3.4 la grille 2 – Les identités dans le discours .....	66
Tableau 3.5 la grille 3 – les valeurs dans le discours.....	69
Tableau 4.1 brève présentation des discours du corpus .....	71
Tableau 4.2 les pronoms mobilisés par AOC.....	74
Tableau 4.3 les désignations d’AOC et d’autrui .....	75
Tableau 4.4 les champs sémantiques mobilisés par AOC.....	80
Tableau 4.5 les valeurs d’AOC.....	114
Tableau 4.6 synthèse des résultats – Identités et valeurs d’AOC.....	129

## **LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES**

ACD : Analyse critique de discours

AD : Analyse de discours

AOC : Alexandria Ocasio-Cortez

PRC : Pew Research Center

QG : Question générale de recherche

QS : Question spécifique de recherche

## RÉSUMÉ

Dans le cadre de ce mémoire, nous nous intéressons aux discours des politiciennes progressistes aux États-Unis, mais plus précisément aux stratégies discursives mobilisées par ces dernières pour susciter de l'adhésion autour de leurs identités et de leurs valeurs. Notre recherche, qui s'inscrit dans un contexte de crise sociale, politique et communicationnelle, est marquée par la polarisation, la radicalisation des idéaux et par un manque de confiance envers le système politique dans son ensemble. Notre recherche vise donc à comprendre comment les discours de ces représentantes politiques du progressisme peuvent favoriser un sentiment d'appartenance envers des identités et des valeurs progressistes, et ce, tout en naviguant à travers des contraintes et des obstacles temporels (campagne permanente), identitaires (inégalités persistantes) et spatiaux (médiatisation du politique). L'objectif de la recherche est donc d'observer et d'identifier les identités et les valeurs mobilisées dans les discours, mais également, comment celles-ci sont articulées et cadrées, tout en prenant en compte les éléments plus contextuels qui (dé)favorisent l'adhésion des publics.

La recherche se base sur une approche constructiviste, discursive et critique, examinant la relation entre discours, identités et valeurs à travers le cas d'Alexandria Ocasio-Cortez (AOC), plus précisément, durant son premier terme à la Chambre des représentants des États-Unis (2018-2021). Une analyse critique du discours (ACD) effectuée sur le corpus, composé de dix discours, a révélé six grandes stratégies discursives mobilisées par AOC pour promouvoir ses identités et ses valeurs progressistes. D'ailleurs, trois principales constructions identitaires ainsi que huit principales valeurs ont été identifiées. Notre analyse a également révélé que les discours progressistes sont marqués par une dualité, une opposition entre posture d'*insider* (incluse et participante à la vie politique) et posture d'*outsider* (exclue et antagoniste à l'institution politique dans son ensemble). Cette dualité est d'ailleurs l'un des éléments qui permettent à plusieurs politiciennes de répondre aux critiques et aux frustrations d'une grande partie de la population (*outsider*), tout en faisant avancer les choses de l'intérieur (*insider*). Cette posture dite « paradoxale » contribue donc à susciter de l'adhésion autour des idées, valeurs et identités progressistes.

**Mots clés :** discours politique, construction identitaire, valeur, États-Unis, démocratie, stratégie discursive, polarisation, genre, race, analyse critique du discours.

## INTRODUCTION

« Nous ne sommes même pas d'accord sur ce qui nous déchire »<sup>1</sup> (Edsall, 2022), c'est le titre que porte une chronique publiée en mai 2022 par Thomas B. Edsall dans le New York Times. Cette citation apparaît révélatrice du climat de tension, de débat et de confrontation actuel au sein de la société américaine entre des mentalités, des valeurs et des idéaux opposés. Ce phénomène qui porte le nom de polarisation<sup>2</sup> peut être observé dans diverses sphères d'activité. Dans son texte, Edsall évalue que « même les chercheur-es de la polarisation sont polarisé-es »<sup>3</sup> et que depuis quelques décennies, ce phénomène ne fait qu'accroître, se propageant à la société entière (*ibid.*). De ce fait, l'existence même du phénomène de polarisation ne semble pas être remise en question, mais il semble plutôt que ce soit le rôle, voire l'influence potentielle de la polarisation sur la politique moderne qui cause un clivage dans les recherches sur le sujet (voir Heltzel et Laurin, 2020). En effet, jusqu'à un certain point, la polarisation « peut aider les démocraties, mais lorsqu'elle devient trop importante, au point que des pans entiers de la population refusent de prendre en compte les points de vue des autres, elle contrecarre les méthodes démocratiques de résolution de problèmes de société » (*ibid.*, p.179). La *déchirure* évoquée par Edsall dans le titre de sa chronique vient donc faire écho à cette nuance, où la polarisation, parfois trop importante, nourrit une animosité et freine la communication entre les oppositions politiques, jusqu'à pouvoir être qualifiée d'*hyperpolarisation*.

D'ailleurs, les plateformes numériques ne semblent pas étrangères à cette polarisation de masse. Une étude de Baum et Groeling (2008) montre l'existence d'une corrélation entre la partisanerie que l'on retrouve au sein des médias sociaux et l'effet grandissant des chambres d'écho<sup>4</sup>. La présence de la presse écrite sur ces plateformes numériques amène également les chercheur-es à se questionner sur l'usage d'un « filtrage partisan » ainsi que sur l'interinfluence entre les institutions médiatiques et politiques, qui toutes deux contribueraient à la montée de l'hyperpolarisation via diverses pratiques

---

<sup>1</sup> Traduction libre de l'anglais: "We can't even agree on what is tearing us apart".

<sup>2</sup> Par définition, la polarisation est « l'action de créer deux pôles » et est une « opposition, division antinomique, antithétique » (CNRTL) et par le fait même, l'*hyperpolarisation*, terme de plus en plus utilisé dans les recherches et dans les médias, représente une forme extrême de ce phénomène.

<sup>3</sup> Traduction libre.

<sup>4</sup> Les chambres d'écho font référence au phénomène selon lequel des individus s'exposeraient davantage à des médias et à du contenu qui renforcent leurs croyances (Dubois et Blank, 2018). Faisant allusion à un effet de réverbération, les chambres d'écho (en politique) amplifieraient certaines idées, informations et croyances associées à une idéologie prédéterminée (Dubois et Blank, 2018 ; Jamieson et Cappella, 2008 ; Sunstein, 2009).

communicationnelles (*ibid.*). L'animosité ou la compassion mises de l'avant dans des discours politiques peuvent varier en fonction du traitement et de la réception médiatique de discours antérieurs créant ainsi un phénomène de cycle vicieux (*ibid.*).

« Nous ne sommes même pas d'accord sur ce qui nous déchire » fait également écho à la pluralité des sujets de discussion en tension. Nous développerons plus tard les nombreuses sources de conflits qui façonnent la société américaine, mais les questions sur la religion, la race, le milieu de vie (rural versus urbain), ainsi que sur les enjeux de législation de l'avortement, de l'immigration, des armes à feu, etc., sont parmi les plus fréquemment débattues et celles qui soulèvent le plus de tensions identitaires (Hare, 2022; Edsall, 2022; Kreiss et al., 2020). La structure politique bipartisane constitue un autre facteur expliquant en partie cette tendance à la polarisation<sup>5</sup>. De fait, elle réduit considérablement la diversité des opinions et renforce le dualisme; le rouge contre le bleu, la droite contre la gauche, l'éléphant contre l'âne<sup>6</sup>. Cependant, même au sein d'un même parti politique, le consensus est rare. De plus en plus de politicien·nes, tout comme leur électorat, se radicalisent, créant une scission entre les ailes modérées et extrémistes des organisations politiques (Edsall, 2022). Ceci est vrai tant chez les républicains que chez les démocrates.

Ce sont d'ailleurs ces derniers qui nous intéresseront tout au long de cette recherche, plus précisément un groupe de politicien·nes de gauche qui s'affichent comme socialistes démocrates ou tout simplement comme progressistes<sup>7</sup>. Parmi celles et ceux s'identifiant à ce mouvement, il y a Bernie Sanders, sénateur du Vermont ainsi que le *Squad*<sup>8</sup>, comprenant plusieurs politiciennes représentant des minorités ethnoculturelles différentes et propulsées par le groupe d'action politique *Justice Democrats* telles

---

<sup>5</sup> Nous notons également que le mode de scrutin uninominal des États-Unis, où il s'agit d'élire un·e seul·e candidat·e contribue d'autant plus à l'animosité politique, et ce, via une « compétition inter-individuelle » et des « batailles sans merci » jusqu'aux élections (Le Bart, 2020).

<sup>6</sup> L'éléphant est le symbole officiel du parti Républicain et l'âne, le symbole officieux des Démocrates. Les deux représentations animales sont le produit de Thomas Nast, caricaturiste pour Harper's Weekly entre 1862 et 1886 (Arn, 2020).

<sup>7</sup> Nous reviendrons dans la revue de littérature sur la définition du progressisme, mais pour l'instant, nous pouvons retenir sur la base des définitions proposés dans les dictionnaires qu'est progressiste, un « partisan du progrès, d'une modification de la société par des réformes » (CNRTL, 2022).

<sup>8</sup> Le terme « Squad » ou escouade en français a longtemps été utilisé dans la culture populaire pour représenter un groupe d'amis ou de collègues ayant un but commun. Dans ce cas-ci, le *Squad* comprend Alexandria Ocasio-Cortez, Ayanna Pressley, Rashida Tlaib, Ilhan Omar et « toute personne engagée dans la création d'un monde plus équitable et plus juste » (Pressley, 2019 cité par John, 2019).

qu’Alexandria Ocasio-Cortez, Ayanna Pressley, Rashida Tlaib et Ilhan Omar, toutes élues au Congrès des États-Unis en 2018. Leurs chevaux de bataille sont principalement le *Medicare for all*, qui vise à instaurer un système de santé universel (Sanders, 2022), ainsi que le *Green New Deal*, qui comprend différentes réformes socio-économiques visant à combattre les changements climatiques (Ocasio-Cortez, 2022). Ces deux propositions sont également soutenues par les Democratic Socialists of America, un organisme qui se bat pour « un système où les gens ordinaires ont une réelle voix sur leurs lieux de travail, dans leurs quartiers et dans la société »<sup>9</sup>, bref, pour des politiques publiques visant le « 99% » de la population (DSA, 2022). À travers des politiques et des luttes environnementales, sociales et économiques comme l’accès à des soins de santé gratuits, l’accès à des logements abordables, la lutte contre le racisme, le sexisme et la pauvreté, ces politicien·nes embrassent le progrès, expliquant l’étiquette de « progressistes » qui leur est souvent accolée et qui, comme nous le verrons au fil de ce mémoire, est souvent réappropriée par ces dernier·ères. Bien que ces thématiques visent le bien-être d’un très grand nombre de la population des États-Unis, selon Hare et Edsall (2022), elles ont tout de même le pouvoir et le potentiel d’être polarisantes.

Au sein du parti démocratique des États-Unis, celles et ceux s’identifiant comme socialistes démocrates ne forment qu’une faction minoritaire, mais vocale et ne font pas nécessairement l’unanimité auprès de leurs pairs<sup>10</sup>. Cela est principalement dû à leurs idées, leurs politiques et leurs identités qui s’inscrivent en faux avec le statu quo promu par l’institution politique, qui, historiquement, répond aux qualifications d’un *Boys Club*, c’est-à-dire majoritairement occupé par des hommes, blancs, hétérosexuels, riches et âgés (voir Delvaux, 2019). Pour la majorité des nouveaux socialistes démocrates élu·es au Congrès, leur âge, leur genre, leur classe sociale, leur orientation sexuelle ou même leur ethnicité divergent de la « norme ». On voit effectivement une augmentation continue du nombre d’élu·es s’identifiant comme femmes, queers, trans, autochtones ou afro-américain·es à chaque élection<sup>11</sup>. Cette diversification identitaire de la composition du Sénat et de la Chambre des représentants est intimement liée à la diversification des idées,

---

<sup>9</sup> Traduction libre.

<sup>10</sup> La démocrate Nancy Pelosi et la socialiste-démocrate Alexandria Ocasio-Cortez ont une relation assez précaire. En effet, en parlant d’Ocasio-Cortez, Pelosi l’a décrit comme « talentueuse, mais souvent naïve quant au fonctionnement de l’institution et irréaliste quant à ce qui pouvait être réalisé, et comment » (Page, 2021). Mais encore, Pelosi a admis « qu’elle craignait que les exigences du *Squad* ne mettent en péril le contrôle durement acquis par les Démocrates » (*ibid.*). Nous pouvons donc en tirer que Pelosi, et conséquemment plusieurs autres démocrates plus modérés, craignent l’effet polarisant des politiques progressistes présentées par le *Squad*.

<sup>11</sup> Selon la firme de recherche *Pew Research Center*, le 118<sup>e</sup> Congrès des États-Unis, soit celui élu lors des élections de mi-mandat de 2022, a battu un record en termes de diversité ethnoculturelle, de genre et d’orientation sexuelle (Schaeffer, 2023).

voire à la radicalisation de celles-ci, et conséquemment, à la montée de la polarisation (Schaeffer, 2023). Considérant la structure rigide, normative, bipartisane et polarisante des institutions politiques américaines, les progressistes qui désirent changer les choses et mettre de l'avant des enjeux sociaux, économiques, féministes et environnementaux doivent à la fois s'adapter et lutter contre le système en place.

À cet égard, on peut se demander comment ces politicien·nes dits progressistes communiquent dans l'espace public à propos de tels enjeux potentiellement divisifs. Le fossé qui s'est creusé entre les deux pôles de la société américaine et à l'intérieur des partis politiques est-il dorénavant trop important pour permettre l'atteinte d'une forme d'intercompréhension et de dialogue permettant l'avancement de telles politiques progressistes ? Plus encore, comment ces politicien·nes peuvent-ils communiquer un discours de valorisation de leur identité dans un contexte où la politique est frappée par des tensions identitaires ? Ces quelques questionnements orienteront notre recherche et permettent de formuler l'objectif préliminaire suivant qui structurera notre démarche de recherche : comprendre et analyser les façons dont les propositions progressistes sont défendues, cadrées et articulées dans un contexte d'hypermécanisation aux États-Unis.

Partant de cet objectif préliminaire, nous estimons que notre recherche est pertinente, puisqu'elle vient répondre à divers enjeux sociaux : luttes de pouvoir au sein des institutions, mouvement de revendication, construction identitaire, etc. En effet, les progressistes, les socialistes démocrates, et donc, le *Squad* s'opposent fermement à la structure institutionnelle en place, au *Boys Club* et aux élites socio-économiques et politiques, le soi-disant « 1% ». Au sein de l'institution politique, ces politicien·nes se battent pour passer des lois et réduire les inégalités socio-économiques qui heurtent plusieurs communautés aux États-Unis. Malgré cela, leur présence fait des vagues, perturbe et défie les normes et les façons de faire. Comme nous le verrons dans la section consacrée à la problématique, même si le progressisme apparaît, pour ses partisan·es, comme la solution à la polarisation, il est également fréquemment envisagé, à l'inverse, comme l'une des *causes* des divisions de la société. L'analyse de ce groupe de politicien·nes permet donc d'observer et de mieux comprendre les diverses causes et effets des dynamiques de pouvoir, des mouvements de résistance et permet de mieux saisir l'environnement socio-politique tendu et peu favorable à l'harmonie sociale. De plus, ces acteurs politiques occupent une place centrale dans le grand mouvement qu'est le progressisme, de ce fait, observer, comprendre et analyser les stratégies communicationnelles mobilisées par ces dernier·ères pourraient éventuellement être utile

pour des personnes désirant participer à la conversation et au débat sur le sujet. Considérant le récent essor d'élus·es s'identifiant comme femme, trans, queer, de couleur, etc., il nous apparaît également essentiel d'explorer l'environnement dans lequel iels évoluent. Enfin, bien que notre sujet cible les instances politiques des États-Unis, les enjeux posés par la polarisation politique et sociale se font sentir non seulement au Canada, mais au Québec également (voir Dupuis-Déri, 2022). Il est effectivement pertinent d'étudier les États-Unis puisque leur pouvoir culturel et politique sur le reste du monde est non-négligeable, surtout depuis l'utilisation de médias numériques en contexte politique (Carignan, 2021). Enfin, les valeurs, les idéaux et les enjeux progressistes débattus aux États-Unis ne sont pas uniques à ce pays, mais sont bien représentatifs des luttes progressistes à travers le monde. Comprendre comment les progressistes aux États-Unis communiquent pourrait potentiellement bénéficier de futures luttes pour le progrès au Québec et ailleurs sur le globe.

Ainsi, dans le cadre de ce présent mémoire, nous désirons comprendre comment les représentant·es politiques du mouvement progressiste articulent un discours d'identification à leurs valeurs, leurs idées et leurs visions du monde, tant sur le plan communicationnel (interactionnel), discursif que celui argumentatif, et ce, en évaluant la potentielle relation, voire influence de la polarisation politique et sociale sur l'affirmation, la reconnaissance et la construction d'une identité au sein de ces discours. Pour ce faire, nous avons divisé notre mémoire en cinq grands chapitres. D'abord, lors de la problématique (chapitre 1), nous brosserons un portrait du contexte et de la littérature sur notre sujet, puis tout au long de notre cadre d'analyse (chapitres 2 et 3), nous établirons les assises théoriques et méthodologiques qui guideront notre analyse. Par la suite, nous procéderons à la présentation de nos résultats (chapitre 4), pour enfin terminer avec la discussion (chapitre 5), où nous discuterons des principaux constats et présenterons nos interprétations plus approfondies.

# CHAPITRE 1

## PROBLÉMATIQUE

Dans ce premier chapitre, nous brosserons un portrait des caractéristiques et des facteurs qui favorisent ou qui constituent des obstacles de la communication politique aux États-Unis, et ce, dans le but de mieux comprendre le milieu dans lequel évoluent les discours progressistes à l'étude. Tout au long de cette section, nous présenterons les entraves ainsi que les stratégies mises en place pour susciter l'adhésion des publics, pour promouvoir une identité ainsi que pour cultiver un sentiment d'appartenance à la cause progressiste<sup>12</sup>. Pour ce faire, nous débuterons avec une présentation plus approfondie du climat social et politique dans lequel s'inscrit notre recherche, qui comme nous le verrons, se révèle être un climat de polarisation, de radicalisation et de « crise » généralisée. Après, nous poursuivrons avec une présentation du contexte communicationnel structurant la politique aux États-Unis à l'aide de trois facteurs importants : temporel, identitaire et spatial. À la suite de quoi, nous identifierons les limites et les défis auxquels sont confrontés les politicien-nes désirant susciter de l'adhésion envers leurs discours ou leur identité, et du même coup, nous présenterons les stratégies mises en place par ces mêmes acteurs politiques pour contrer ces obstacles. Enfin, nous terminerons avec une revue des différents cadrages prioritaires par ces dernières pour favoriser le ralliement autour de leur cause et de leurs politiques publiques, bref, autour de leurs discours. À la fin de ce chapitre, nous aurons une vision globale de la littérature sur le sujet, soit sur les discours politiques progressistes, ce qui nous permettra de situer notre recherche et de déterminer sa pertinence scientifique pour enfin, poser la question générale qui guidera le reste de notre mémoire.

### 1.1 Contexte socio-politique des États-Unis

Tout d'abord, comme nous venons de le voir dans l'introduction, l'environnement social, médiatique et politique des États-Unis est marqué par des dualités, par des idéaux qui s'opposent et par des tensions

---

<sup>12</sup> Tout au long de la présente problématique, nous aborderons la *potentielle* réception et la *potentielle* identification des publics aux discours sans toutefois se plonger dans une analyse de la réception des discours politiques. Puisque notre recherche s'inscrit davantage dans l'étude des stratégies de communication mobilisées dans un contexte de polarisation et de division, nous ne pouvons pas écarter l'interdépendance du contexte, du climat et des discours (concepts développés davantage lors du cadre d'analyse : chapitre 2 et 3). Enfin, les différences méthodologiques qu'entraînerait une analyse de la réception en plus d'une analyse des discours ne peuvent être envisagées dans le cadre de ce travail en raison d'un besoin de concision.

identitaires. Dans cette section, nous approfondirons ces enjeux, de manière à mettre la table pour notre analyse, qui nécessite une compréhension accrue du contexte et de l'environnement des discours. Pour ce faire, nous débiterons avec une brève présentation la perception publique de la politique, ce qui nous permettra d'identifier les lacunes et défis associés à celle-ci. À la suite de quoi, nous présenterons quelques exemples de la polarisation à plusieurs niveaux (sociale et politique) et de sa potentielle influence sur la politique et les discours politiques.

#### 1.1.1 Politique américaine : perceptions négatives, critiques et frustrations.

En 2023, dans un rapport intitulé « L'opinion désastreuse des Américains sur la politique nationale »<sup>13</sup>, le Pew Research Center (PRC) a établi que « près du deux tiers des Américains (65%) se disent toujours ou souvent épuisés lorsqu'ils pensent à la politique, tandis que 55% d'entre eux se sentent en colère » (Pew Research Center, 2023; p.6). Dans ce rapport, l'insatisfaction du public ne semble pas pointer vers un seul point focal, mais il semble plutôt que « les trois branches du gouvernement, les deux partis politiques, ainsi que les dirigeant-es politiques et les candidat-es aux élections font l'objet de critiques généralisées » (*ibid.*, p.5). En bref, voici les principaux constats du PRC :

1. **Désaveu envers le système politique** : seulement 4% des répondant-es croient que le système politique fonctionne très bien, ou fonctionne « pour eux ».
2. **Faible confiance et méfiance envers le gouvernement** : selon le sondage, la confiance envers le gouvernement fédéral n'aurait jamais été aussi basse, et ce, depuis l'histoire du pays, avec seulement 16% des répondant-es qui affirment avoir toujours ou souvent confiance envers leur gouvernement.
3. **Aversion envers les deux partis politiques** : près de trois répondant-es sur dix (28%) disent avoir une opinion défavorable des deux partis politiques, soit le résultat le plus élevé depuis trente ans.
4. **Manque de représentation et candidat-es décevant-es** : 25% des répondant-es estiment ne pas être bien représentés par l'un ou l'autre des partis, tout comme 63% disent qu'il y a un déclin dans la qualité des candidat-es à chaque élection.
5. **La polarisation est le *plus grand problème du système politique*** : outre les problèmes rattachés à des acteurs politiques individuels, le phénomène le plus souvent nommé (22%) comme étant *le* problème du système politique est la polarisation partisane, plus précisément le manque de

---

<sup>13</sup> Traduction libre.

coopération partisane. À ce sujet, 57% des répondant-es pensent que la polarisation partisane reçoit une couverture médiatique trop importante, qu'elle est sur-médiatisée au-delà des enjeux et des politiques publiques, par exemple, qui elles reçoivent une attention insuffisante.

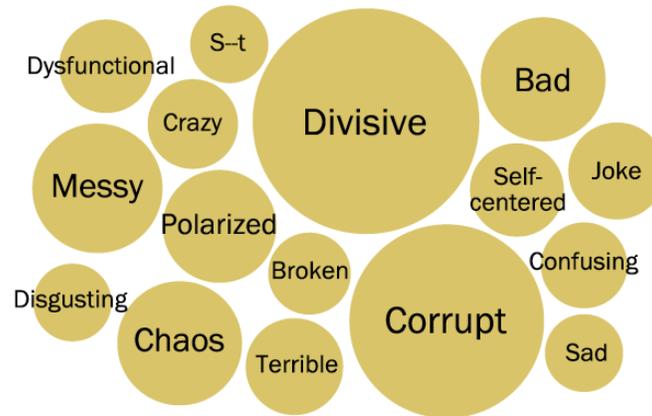
6. **Changements nécessaires au sein du système politique** : Enfin, lorsque questionnés à ce sujet, une majorité substantielle des répondant-es du sondage admettent être en faveur de changements structurels au sein de la politique, tels que l'instauration d'un nombre maximum de mandats et une limitation au niveau de l'âge au niveau législatif (Sénat et Chambre des représentants) et juridique (Cour suprême).

Il y a donc un nombre substantiel de problèmes structurels et idéologiques qui entraînent une mauvaise perception des publics à l'égard de la politique dans son ensemble. Bien que notre recherche ne s'inscrit pas dans une analyse de la réception des discours, il est important d'identifier les lacunes de la politique, et ce, en raison de la nature de notre sujet de recherche, qui, rappelons-le, est les discours politiques progressistes. Ces derniers s'inscrivent très fréquemment dans une posture contestataire, tel que présenté dans l'introduction, de ce fait, il sera pertinent d'établir, ultérieurement, des liens de corrélation entre les critiques de la politique émanant du peuple et émanant des discours politiques progressistes. Ces liens de corrélations nous permettront potentiellement d'établir comment ces politicien·nes suscitent l'adhésion des publics, ou non. Par la suite, puisque ce sont les discours qui nous intéressent, voyons plus précisément, quels sont les mots et les expressions qui sont utilisés pour décrire la politique, toujours selon le rapport du PRC (2023) :

Figure 1.1 mots ou expressions pour décrire la politique aux États-Unis

## Americans' top descriptions of the current state of politics

*What one word or phrase would you use to describe politics in the U.S. these days? [open end]*



Note: Circle size indicates relative frequency of a word in responses to an open-ended question. Words with the same root are combined (e.g., "divisive," "division"). Top 16 words shown. For more details, read Chapter 11 and the survey topline.

Source: Survey of U.S. adults conducted July 10-16, 2023. "Americans' Dismal Views of the Nation's Politics"

PEW RESEARCH CENTER

Les expressions telles que « divisive », « corrompue », « mauvaise », « brisée » et « chaotique » viennent effectivement brosser un portrait négatif de la politique américaine, soit une politique qui n'inspire pas confiance, qui est non-fonctionnelle et qui nourrit un grand nombre de frustrations chez plusieurs. Cedit portrait de la politique sera d'ailleurs repris tout au long de ce mémoire, notamment ce qui touche au manque de représentation et au besoin urgent de changements. En somme, les mots illustrés dans la figure 1.1 ci-dessus sont un reflet du climat et de l'environnement social et politique dans lequel s'inscrit notre recherche, et donc, dans lequel s'inscrivent les discours qui seront analysés ultérieurement.

### 1.1.2 Polarisation : enjeu social, politique et communicationnel

Par la suite, nonobstant l'avis largement partagé par la majorité de la population des États-Unis selon lequel la polarisation occupe une place excessive au sein de la société et constitue, voire représente, le facteur le plus préjudiciable à la pérennité et au bien-être de la démocratie (Pew Research Center, 2023), diverses études démontrent qu'une croissance constante de la polarisation sévit effectivement dans le

pays depuis environ deux décennies (Abramowitz et Saunders, 2008 ; Heltzel et Laurin, 2020). En outre, en dépit de cette opinion majoritaire, il demeure qu'un grand nombre de partisan-es, tant démocrate que républicain, adhère à la conviction que c'est *leur* parti qui détient la vérité et que ce sont leurs opposants, qui eux, « menacent le bien-être de la nation » (Pew Research Center, 2014b). Bien que l'étude de la polarisation ne soit pas l'objet central de notre recherche, tout au long de ce mémoire, nous analyserons comment la polarisation, qu'elle soit d'ordre idéologique (divergence d'opinions sur des questions politiques, des politiques publiques, en somme, sur les aspects de gouvernance) ou affectif (sentiments négatifs envers « l'autre camp », tels que la méfiance, le dégoût et même la haine), influence la manière dont seront produits et reçus des discours politiques (Iyengar *et al.*, 2019). En effet, tel que nous le verrons dans le cadre théorique, un sentiment d'appartenance plus ou moins fort est un des nombreux facteurs contribuant à la reconnaissance et à la construction d'une identité au sein d'un milieu social, d'un espace public. Par conséquent, il est primordial d'établir comment le phénomène de polarisation influence l'identification et l'appartenance à diverses identités, idéologies ou luttes, pour ensuite, établir comment celles-ci peuvent être construites et communiquées dans un discours politique quelconque. En d'autres mots, afin de déterminer adéquatement quels sont les obstacles de la communication politique moderne, définissons plus en détail la façon dont la polarisation se manifeste au sein de la société des États-Unis.

La polarisation, telle que nous l'avons évoqué à quelques reprises auparavant, est née de la politique elle-même, plus précisément de la partisanerie, soit ce sentiment, plus ou moins fort, d'identification à un parti plutôt qu'à un autre (Iyengar *et al.*, 2019). La partisanerie, qui est un phénomène vieux comme la politique en soi, n'est pas nécessairement le problème, puisqu'elle est ancrée dans une logique de pluralité des opinions et des points de vue, soit l'un des fondements de la démocratie (Heltzel et Laurin, 2020). Là où la partisanerie devient problématique, selon Iyengar et ses collaborateurs (2019), c'est lorsque l'identification à un parti s'étend, non plus seulement l'adhésion à des politiques publiques et à des lignes de partis, mais bien à des règles, comportements et attitudes qui viennent interagir « au-delà de la sphère politique », au niveau de la vie de tous les jours. C'est lorsque l'identification à un parti signifie désormais qu'une personne adhère à des ensembles de valeurs, qui sont probablement à l'encontre des valeurs fondamentales du parti opposé, et donc, qui affectent les habitudes de vie, la façon de voir le monde, la manière d'interagir avec autrui, etc. (*ibid.*) À partir de ce moment, il n'est plus tant question de polarisation politique et idéologique, mais bien plus de polarisation sociale et affective (*ibid.*). Bien que par définition, ces polarisations agissent à différents niveaux, elles ne peuvent être séparées l'une de l'autre, puisqu'elles

agissent fréquemment de manière conjointe, comme on peut le voir dans un autre rapport du PRC sorti en 2014 :

Les libéraux sont beaucoup plus nombreux que les conservateurs à penser qu'il est important qu'une communauté présente une diversité raciale et ethnique (76% contre 20%). En même temps, les conservateurs sont plus susceptibles que les libéraux d'attacher de l'importance au fait de vivre dans un endroit où de nombreuses personnes partagent leur foi religieuse (57% contre 17% des libéraux)<sup>14</sup>.

D'autant plus que :

77% des libéraux [contre 21% des conservateurs] déclarent qu'ils choisiraient de vivre dans un endroit où « les maisons sont plus petites et plus proches les unes des autres, mais où les écoles, les magasins et les restaurants sont accessibles à pied »<sup>15</sup>.

Ces données viennent donc montrer en quoi la polarisation naît d'une identification plus ou moins forte à une idéologie (libéral, conservateur, progressiste), et évolue vers des pratiques, des comportements et des idéaux qui affectent des choix mondains comme le fait de vouloir vivre en ville, la diversité de sa communauté, la proximité et l'accès (physique) à des services, etc. (Pew Research center, 2014). En d'autres mots, cela démontre que la polarisation, voire l'hyperpolarisation, n'est pas qu'un phénomène politique, mais prend forme également dans la sphère privée, touchant désormais à plusieurs éléments qui relèvent du quotidien.

Partant du fait que la polarisation peut se manifester à plusieurs niveaux, et venir influencer divers comportements politiques (votes, élections, etc.), mais également divers comportements plus personnels (relation avec le voisinage, attitude envers autrui, etc.), voyons maintenant un exemple concret de l'interinfluence entre polarisation, privé, politique et discours.

Le 24 juin 2022, six juges de la Cour suprême des États-Unis ont voté pour l'annulation de l'arrêt Roe V. Wade, éliminant conséquemment le droit constitutionnel à l'avortement, transformant alors ce droit en compétence étatique. D'abord, cela soulève des enjeux politiques liés notamment au niveau d'intervention du gouvernement et à sa capacité de criminaliser certains comportements, puis cela soulève également des enjeux plus identitaires et sociaux, tels que la santé reproductive des femmes,

---

<sup>14</sup> Traduction libre.

<sup>15</sup> Traduction libre.

touchant notamment plus sérieusement aux femmes de couleur ou aux femmes défavorisées. Cette décision produit de multiples conséquences socio-économiques liées à l'accès à l'information et à des soins de santé qui traduisent le fossé économique qui se creuse entre les classes sociales, complexifiant encore davantage le débat, si cela est possible. En effet, depuis la tombée de ce jugement, le débat polarisé sur l'avortement et sur la restriction de celui-ci a pris d'assaut les médias, les différents paliers gouvernementaux et les rues (Pew Research Center, 2022). On cite principalement la religion, la morale ainsi que les droits des femmes<sup>16</sup> comme justifications en faveur ou en opposition à ces restrictions (*ibid.*). Donc, tant l'enjeu lui-même que les débats l'entourant sont touchés par la polarisation à plusieurs niveaux. La manière dont on cadre un enjeu, dont on le communique dans l'espace public, médiatique et politique a donc un impact sur la polarisation sociale et affective liée à cet enjeu, et vice versa. Cela est d'ailleurs reflété dans le titre que porte une chronique pro avortement publié dans le magazine Time en avril 2024, soit « La lutte contre l'avortement n'est pas une " guerre contre les femmes ". C'est une guerre contre les femmes pauvres »<sup>17</sup> (Fulton, 2024).

Vu l'ampleur du fossé qui se creuse, les débats en lien avec ces enjeux occupent donc de plus en plus de place dans l'espace politique, public et médiatique, et par ricochet, même les débats sur la polarisation, deviennent eux-mêmes polarisés. Ce ne sont pas uniquement les idéologies, les valeurs qui sont débattues, mais les mots également. Comme nous le verrons ultérieurement, notamment dans le cadre théorique, la communication et les discours mobilisés jouent un rôle essentiel dans la construction sociale de la polarisation (voir Gentzkow et al., 2016). C'est à travers des mots, des arguments (souvent fallacieux), des discours que les partisan-nes des deux camps s'opposent, s'attaquent, s'affrontent, souvent par médias interposés (voir Turbide, 2018). D'ailleurs, le système médiatique et politique américain, loin de participer à construire un vivre ensemble dans une logique de *nation building* (voir Billig, 1995; García, 2012; Shah, 2003; Taylor, 2000), reproduisent largement les lignes de fracture que l'on retrouve au sein de la société des États-Unis. La communication est donc centrale puisque le cadrage, les mots, bref, la manière dont sera communiqué un enjeu affecte inévitablement l'opinion publique et donc, la mise à l'agenda d'enjeux.

---

<sup>16</sup> Ici, le concept de « droits des femmes » est appliqué selon l'intersectionnalité (concept, qui sera d'ailleurs développé dans le cadre d'analyse), c'est-à-dire, en incluant la personnes trans, non-binaire ou toutes personnes ayant la capacité de grossesse.

<sup>17</sup> Traduction libre.

En somme, le contexte socio-politique que nous venons de présenter illustre bien la fragilité particulièrement saillante de la communication qui se manifeste par de plus en plus d'hostilité et d'incompréhension. Certain-nes iront même jusqu'à parler de « crise communicationnelle généralisée » pour aborder l'état des discours et des débats politiques (voir Fraser, 2017). Les modérés existent, mais leurs voix peinent à être audible au travers des discours plus radicaux, ce qui reflète de l'inconfort, du manque de confiance et des frustrations *majoritairement* ressenties par la population à l'égard de la politique. Démocrates et républicains croient qu'ils ont le bien-être des États-Unis à cœur et jugent que c'est l'adversaire, devenu un ennemi à combattre, qui met en péril la démocratie (Pew Research Center, 2014b), solidifiant ainsi l'omniprésence de la polarisation au sein des relations et dynamiques socio-politiques des États-Unis. Enfin, à partir de ce contexte, nous sommes en mesure d'établir une réalité, soit que les discours (mots, débats, etc.) sont des véhicules permettant de communiquer un niveau d'identification, un niveau de partisanerie, un niveau de désaccord, et donc, représentent l'un des nombreux outils permettant à la polarisation de proliférer au sein de la société. C'est d'ailleurs sur cette relation politique-discours que nous nous attarderons à la prochaine section.

## 1.2 Contexte communicationnel : obstacles et défis de la communication politique

À la faveur de ces éléments de contexte, nous constatons que le climat social des États-Unis en est un de polarisation, de radicalisation des idéaux et de crise communicationnelle. Afin d'avoir un portrait global de la situation, nous présenterons à cette étape le contexte communicationnel ainsi que les facteurs qui influencent virtuellement la capacité qu'ont des acteurs politiques de susciter de l'adhésion autour de leurs discours, leurs idées et leurs valeurs. Afin de comprendre davantage ce phénomène, nous ciblerons les contraintes temporelles, identitaires puis spatiales et leurs effets potentiels sur les discours politiques. Comme à l'étape précédente, en brossant un portrait complet du climat dans lequel évoluent les discours progressistes, cela nous permet de comprendre et d'appréhender les stratégies qui seront mises de l'avant par les orateur-trices politiques visés par cette recherche.

### 1.2.1 Facteurs temporels : campagne permanente

En contexte états-unien, la vie politique est ponctuée de plusieurs moments phares qui tendent à exacerber certains traits définitoires des discours politiques. C'est le cas notamment des campagnes électorales, qui sont reconnues comme étant l'une des périodes les plus polarisantes en raison, entre

autres, de la « conflictualité inter-partisane » (Le Bart, 2020) et des sentiments négatifs amplifiés. Lors de ces moments clés de la vie politique, on remarque effectivement que certains candidat·es aux élections passent un temps considérable à dénigrer ou bien à prévenir, nier et contredire les attaques des candidat·es opposé·es, plutôt qu'à mettre de l'avant leurs qualités ou leur plateforme électorale (Adum *et al.*, 2019 ; Fauquert, 2016 ; Geer, 2010 ; Iyengar *et al.*, 2012 ; Sim *et al.*, 2013). D'ailleurs, depuis la deuxième moitié du 20<sup>e</sup> siècle, la frontière entre la période de campagne électorale (*campaigning*) et de gouvernance (*governing*) s'est considérablement embrouillée, ce qui a donné naissance au phénomène qui connaît aujourd'hui le nom de « campagne permanente » (voir B. J. Doherty, 2007, 2012; Elmer *et al.*, 2012; Heclo, 2000; Joathan et Lilleker, 2023; Marland *et al.*, 2017; Ornstein et Mann, 2000; Steger, 1999; Tenpas, 2000; Vasko et Trilling, 2019) et qui suggère « que les représentant·es politiques mènent des actions conformes à la campagne électorale en période non électorale »<sup>18</sup> (Joathan et Lilleker, 2023). Dans leur méta-analyse des principales pratiques liées au phénomène de campagne permanente<sup>19</sup>, Joathan et Lilleker (2023) font ressortir un certain paradoxe entre l'objectif, qui est de conserver une image positive auprès des publics en tout temps, et le résultat de ce phénomène : « la campagne permanente vise à maintenir le climat électoral tout au long du mandat, ce qui, selon certains, déplace " la responsabilité du bien commun – pour tous les citoyens – en faveur de la gestion technique d'un succès électoral continu" »<sup>20</sup> (voir aussi Elmer *et al.*, 2012). En ce sens, le détournement des priorités politiques (du bien-être du public à la réélection) est l'un des premiers facteurs qui viennent freiner l'adhésion potentielle des publics à des discours politiques. Puisque cet obstacle est ancré dans le contexte communicationnel, les acteurs politiques désirant rallier certains publics à leur cause, leurs idées et leurs discours, devront passer par-dessus cette entrave. De plus, celle-ci vient faire écho à l'un des 16 mots utilisés pour décrire la politique présentés à la figure 1.1 à la section précédente, soit le mot « égocentrique »<sup>21</sup> (Pew Research Center, 2024), et donc, vient réaffirmer des critiques de la politique présentées antérieurement.

---

<sup>18</sup> Traduction libre.

<sup>19</sup> Dans leur recherche Joathan et Lilleker (2023) ciblent dix-neuf pratiques au total, variant des plus faiblement au plus fortement associées au phénomène de campagne permanente. Parmi celles-ci, on retrouve le sondage de l'opinion publique (fort), l'usage de marketing politique en période de gouvernance (fort), faire de la communication personnalisée et engageante (fort), la fréquence de publication sur les réseaux sociaux (moyen) et les voyages présidentiels dans des États compétitifs et ciblés (moyen) (*ibid.*).

<sup>20</sup> Traduction libre.

<sup>21</sup> Traduction libre de « self-centered ».

Par ailleurs, Fu et Howell (2022) notent que les frustrations, notamment en raison du clivage entre les partis, affectent considérablement le fonctionnement des périodes de gouvernance (*ibid.*). Selon eux, il n'est pas rare que les différences et les continuelles frictions entre les partis empêchent carrément certain-es politicien-nes d'accomplir leurs tâches et que le sentiment d'impuissance qui s'en suit les pousse à tout simplement délaisser mentalement leurs fonctions législatives pour plutôt se concentrer sur leurs prochaines élections (*ibid.*). Cela illustre les défis qui s'imposent en raison du climat de tension et de campagne permanente.

En faisant référence au phénomène de campagne permanente, Hecló (2000) identifie dans sa recherche un paradoxe communicationnel, selon lequel les élections favorisent la confrontation, la persuasion et l'affirmation, tandis que les périodes de gouvernance, quant à elles, doivent davantage mettre de l'avant la collaboration et la délibération, et ce, afin d'arriver à des consensus et des compromis partisans. C'est d'ailleurs en partie à cause de ces contradictions que certains chercheurs lient le phénomène de campagne permanente à la montée du cynisme envers la politique de la part du public (Doherty, 2012; Joathan et Lilleker, 2023). Partant du principe que les campagnes électorales sont caractérisées comme étant polarisantes de par leur nature conflictuelle et divisive et qu'il n'y a plus de distinction claire entre les pratiques « électorales » et « de gouvernance », les États-Unis seraient donc dans un état perpétuel de polarisation et de division. Au regard de ce constat, l'animosité partisane serait, elle aussi, grandissante et, de ce fait, l'omniprésence de l'hostilité dans les discours serait le deuxième obstacle au ralliement des publics, qui eux, peuvent facilement se sentir désintéressés, délaissés et tout simplement frustrés face à cette animosité continue. Cela peut également freiner l'avancement de propositions pertinentes dans les discours considérant que les acteurs politiques doivent naviguer à travers un climat de confrontations qui les pousse à devoir se défendre face aux attaques personnelles au lieu de délibérer, collaborer et débattre.

En effet, cette animosité partisane, qui s'inscrit désormais de manière ininterrompue dans le cycle politique, prend principalement la forme de stratégies communicationnelles de distanciation, d'attaques ou d'invectives envers le camp opposé (Adum *et al.*, 2019 ; Fauquert, 2016 ; Geer, 2010 ; Iyengar *et al.*, 2012 ; Sim *et al.*, 2013). Témoignant de cette réalité politique, Bayram et ses collaborateurs (2019) affirment que l'identité partisane des politicien-nes américain-es ne serait pas uniquement mise de l'avant lors des discours en contexte électoral, mais que la partisanerie serait en fait présente tant dans les prises de paroles cérémonielles que législatives, et donc, en période de gouvernance comme électorale. En effet,

dans leur recherche visant à étudier les mots utilisés par des politicien-nes américain-es sur une période de 23 ans, ils ont constaté que tant les républicains que les démocrates mobilisaient une « rhétorique partisane », c'est-à-dire, des mots propres à eux et à leur « groupe interne », et ce, tout au long des législatures (Bayram *et al.*, 2019 ; Gentzkow *et al.*, 2016). Ils en sont également venus à la conclusion que plus l'identité partisane d'un acteur politique était forte, moins la période affectait la présence de rhétorique partisane (Bayram *et al.*, 2019).

Figure 1.2 nuages de mots les plus utilisés lors du 112<sup>e</sup> (2011-2013) et 114<sup>e</sup> (2015-2017) Congrès

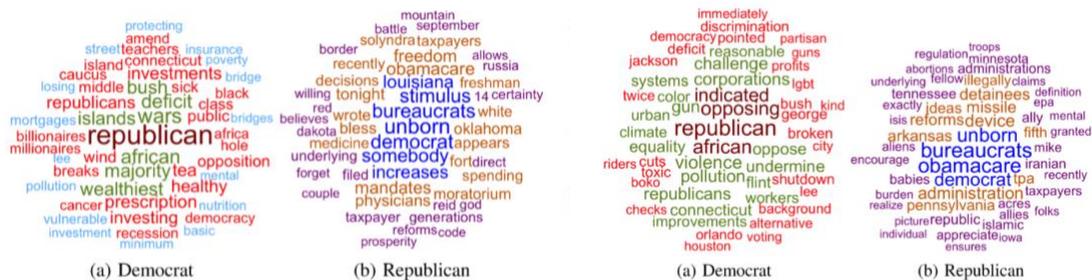


Fig. 7: 112th Congress House top words according to the LMS classifier.

Fig. 8: 114th Congress House top words according to the LMS classifier.

Ces nuages de mots suggèrent effectivement que l'utilisation de mots par les politicien-nes des États-Unis est devenue, au fil des années, de plus en plus partisane et que le « positionnement rhétorique » de ceux-ci est souvent en corrélation avec le reste de leur parti (*ibid.*). La présence accrue de communication « partisane » soulève conséquemment un enjeu selon lequel il y aurait de moins en moins de communication « à la nation ». Plus encore, une augmentation de la rhétorique partisane pourrait potentiellement entraîner plus de tensions, moins de compréhension entre les partis, et donc, l'élaboration délibérative d'un consensus devient de moins en moins envisageable (voir Habermas, 1987).

En somme, comme le soulignait la recherche de Joathan et Lilleker (2023), dans ce contexte communicationnel où la compétitivité et l'hostilité sont incessantes, les acteurs politiques désirant communiquer dans une logique d'avancement de propositions et de ralliement de leurs publics, sont confrontés à divers obstacles « temporels » : les tensions identitaires ne sont plus uniquement exacerbées lors des campagnes électorales, du fait que ces dernières ne sont plus délimitées pas une périodicité aux deux ou quatre ans, dépendant du palier gouvernemental. On identifie donc deux principaux défis de communication (inter)reliés au phénomène de campagne permanente : l'hostilité des discours et le changement des priorités politiques. Le phénomène de campagne permanente intensifie l'animosité

partisane dans le discours et, par le fait même, nourrit la polarisation sociale (public) et politique (élu-es), menant donc à une fragilisation des relations entre politicien·nes, mais aussi avec leurs publics.

### 1.2.2 Facteurs identitaires : inégalités et manque de représentation

Comme nous venons de le voir, il y a un grand nombre de facteurs liés à la temporalité de la politique aux États-Unis qui nourrissent l'animosité partisane et l'hostilité en politique. Il ne faut toutefois pas écarter l'influence qu'ont des facteurs identitaires<sup>22</sup> autres qu'idéologiques sur le climat politique actuel (Haraldsson et Wängnerud, 2018 ; Krook, 2017 ; Krook et Restrepo Sanín, 2020 ; Manning *et al.*, 2017). Dans cette section, nous verrons comment l'âge, le genre, l'orientation sexuelle, l'ethnicité et la classe sociale, pour ne nommer que quelques exemples, agissent comme des obstacles en soi, contrevenant potentiellement à la capacité qu'aura un acteur politique de susciter de l'adhésion envers son identité (jugée trop marginale) ou ses idées (jugées trop nichées). Il est effectivement pertinent de s'attarder aux facteurs identitaires, puisque, comme nous l'avons vu précédemment, la polarisation vient fréquemment toucher à des enjeux *identitaires*. Plus encore, il est pertinent de prendre en compte comment l'identité d'un·e politicien·ne influence les discours portés sur iels. En effet, comme nous le présenterons plus tard dans le cadre théorique, tout discours est en relation avec et est orienté vers d'autres discours, façonnant et étant façonnés par ces prises de paroles passées et futures (voir Krieg-Planque, 2017). De ce fait, comprendre la place qu'occupe quelqu'un au sein de l'espace politique en fonction de ses traits définitoires et identitaires, permet d'établir le niveau d'hostilité, moindre ou plus élevé, dans lequel celui-ci opère et communique.

Manning et ses collaborateurs (2017) témoignent précisément de cette réalité dans leur recherche et affirment qu'il y a un nombre non négligeable de femmes ayant subi des incidents de *trolling*, des menaces de viol et une variété d'autres abus simplement parce qu'elles étaient des femmes et parce qu'elles parlaient ou faisaient de la politique. Être une femme politique qui s'affiche ouvertement comme féministe engendre un risque d'être associée à des qualifications péjoratives telles que « conne », « salope » ou « radicale » (Lind et Salo, 2002). Cela entraîne diverses entraves pour des femmes qui désirent faire de la politique, puisque dès le départ, avant même d'aborder des idées politiques, elles sont

---

<sup>22</sup> Dans notre cadre d'analyse, nous présenterons plus en détail la conception de l'identité proposée dans ce projet, mais en bref, nous envisageons l'identité comme étant une construction sociale composée d'indicateurs somatiques, d'antécédents, d'expériences de vie et de positionnements sociaux qui placent une personne en tant que membre d'un groupe social précis, par exemple d'un groupe racial ou de genre (voir Brown, 2011).

confrontées à une haute dose d'hostilité et de violence même, simplement en raison de leur genre. Puisqu'un grand nombre des représentant·es du progressisme sont des femmes, comme nous l'avons vu avec le *Squad*, ce facteur vient grandement influencer la manière dont seront communiquées, cadrées et articulées leurs idées et leurs propositions politiques.

De plus, la disparité entre le nombre d'hommes et de femmes en politique est un « rappel brutal [...] de l'inégalité persistante entre les sexes »<sup>23</sup> (Manning et al., 2017). Krook et Restrepo-Sanín (2020) signalent, de leur côté, que cette hostilité est non seulement présente, mais qu'elle agit effectivement comme un obstacle important à la participation des femmes à la vie politique. Le phénomène de polarisation et de campagne permanente amplifie d'ailleurs ce sentiment de rejet que ressentent certaines femmes politiques. En effet, il n'est pas rare que des politiciennes doivent défendre leur place à la table, et ce, même en période de gouvernance, soit après avoir été élues démocratiquement (*ibid.*), tout comme il n'est pas rare que leur genre soit cité comme une raison d'un supposé manque de compétence pour accomplir leurs fonctions législatives (Krook, 2017; Krook et Restrepo Sanín, 2020; Manning et al., 2017). De ce fait, malgré l'augmentation du nombre de femmes en politique (Schaeffer, 2023), plusieurs d'entre elles doivent passer un temps considérable à se défendre, à prévenir des attaques, à appréhender, plus qu'un homme, comment son discours sera reçu, etc. Cela vient donc jouer un rôle non négligeable sur la manière dont communiquent ces politiciennes.

Ceci étant dit, il ne faut pas omettre ni exclure d'autres facteurs identitaires qui s'additionnent au genre, comme la race, la classe sociale, la religion et/ou l'orientation sexuelle (voir Brown et Gershon, 2020). Dans leur recherche visant à identifier les obstacles ainsi que les opportunités politiques des femmes noires aux États-Unis, Brown et Gershon (2020) révèlent que celles désirant participer à la politique doivent combattre des embuches sexistes et racistes, contrairement aux femmes blanches (sexisme) et aux hommes noirs (racisme). Selon Brown et Dowe (2020), les contraintes que vivent les femmes noires politiciennes aux États-Unis seraient sociales, politiques et économiques, mais surtout, elles seraient structurelles, faisant référence à l'hétéronormativité blanche et sexiste des institutions politiques législatives et juridiques, comme le Congrès et la Cour suprême. On observe une réelle influence de la race et du genre sur le succès électoral d'un·e candidat·e à des élections, notamment en raison des embuches énoncées ci-haut, mais également en raison de la difficulté qu'auraient certaines femmes noires à se faire

---

<sup>23</sup> Traduction libre.

considérer comme candidates sérieuses, à collecter suffisamment de fonds pour se présenter aux élections et à surpasser les biais des électeur·trices, de fait, réduisant conséquemment leur chance d’être élu·es (Brown et Gershon, 2020). D’ailleurs, Brown (2011) donne deux exemples durant lesquels « le pays [des États-Unis] s’est engagé dans des conversations sur l’utilité et/ou la partialité des identités raciales et genrées dans le processus décisionnel politique », soit les élections présidentielles de 2008 et 2012<sup>24</sup> et les audiences de confirmation de la juge Sonia Sotomayer à la Cour Suprême en 2009<sup>25</sup>. Les biais raciaux, classistes et sexistes sont donc des entraves substantielles à la participation et au succès d’un grand nombre de candidat·es aux élections, mais aussi lors des périodes de gouvernance.

De plus, selon Matos (2019), les personnes désirant faire de la politique et ayant des caractéristiques identitaires marginales seraient pratiquement condamnées à *perturber* le statu quo et l’environnement dans lequel iels œuvrent, en d’autres mots à perturber la « politique de respectabilité ». Cette « politique » renvoie « à la pratique et au système de croyances selon lesquels les communautés marginalisées doivent adhérer aux normes culturelles dominantes pour être respectées. S’ils performant leurs identités culturelles à travers leur discours, leur apparence ou leurs comportements, ils sont considérés comme moins intelligents et moins respectables »<sup>26</sup> (p.89). De ce fait, quelqu’un qui a une identité dite marginale, se voit obligé de se conformer simplement pour être entendu et respecté, et si iel « échou », iel est condamné à une étiquette de perturbateur, de moindre que les autres, etc. Il est donc important de reconnaître l’identité d’un acteur politique comme un facteur d’influence des discours politiques, car le simple fait d’adresser son genre ou la couleur de sa peau peut être vu comme un acte de résistance, comme un acte de revendication, selon le contexte bien sûr.

Ces différentes recherches illustrent donc les biais, tant de la part des publics, des politicien·nes, que du système en soi, quant à la confiance et au respect accordés aux femmes et aux personnes de couleurs désirant participer à la vie politique et nous aident du même coup à identifier notre troisième obstacle auquel sont confrontées les personnes désirant faire de la politique : les inégalités identitaires persistantes. Ces inégalités affectent la capacité qu’une personne faisant de la politique aura à accomplir ses tâches, le

---

<sup>24</sup> En 2008, Barack Obama a été le premier homme noir de l’histoire des États-Unis à être élu comme président (Nagourney, 2008). Il a d’ailleurs été réélu pour un deuxième mandat en 2012 (Fahrenthold, 2012).

<sup>25</sup> Sonia Sotomayer a été nommée par Barack Obama en 2009 pour siéger à la Cour Suprême des États-Unis comme juge associée. Elle est la troisième femme et la première femme de couleur et d’origine d’Amérique Latine à y siéger (Goodstein, 2009).

<sup>26</sup> Traduction libre.

niveau de respect et d'hostilité qu'elle recevra et donc, affectent inévitablement la participation politique des personnes ayant des identités marginalisées. Ultiment, ce seront les publics minorisés qui ne se sentiront ni inclus ni représentés et donc, qui participeront moins à la vie politique, un phénomène qui apparaît définitivement comme l'un des principaux défis modernes à surmonter. Enfin, cet obstacle vient confirmer l'une des perceptions négatives de la politique présentées au point 1.1.1 de ce mémoire, soit qu'il y a un manque de représentation dans la politique (Pew Research Center, 2023).

### 1.2.3 Facteurs spatiaux : médiatisation du politique

Nous venons tout juste de présenter les facteurs temporels et identitaires, et maintenant, voyons quels sont les facteurs dits spatiaux qui affectent et influencent la communication politique, c'est-à-dire, tous facteurs en lien avec les espaces et les lieux de communication. Au regard des exigences posées par la campagne permanente, la politique est de plus en plus considérée comme un phénomène médiatique où les acteurs politiques chercheraient à obtenir une couverture positive en tout temps et sur tous les terrains : « à la télévision, à la radio, dans la presse écrite et plus récemment, en ligne »<sup>27</sup> (Joathan et Lilleker, 2023). Ce phénomène renvoie à la médiatisation de la politique qui a pour effet d'augmenter la porosité de la frontière entre le politique et le médiatique à travers la numérisation et la diffusion médiatique du discours politique (voir Strömbäck, 2008).

L'un des nombreux effets de la médiatisation renvoie au désir d'un contrôle total des messages politiques de la part des politicien-nes et se manifeste, entre autres, par l'importance qu'ont prise au fil des ans les communications directes avec les publics sur les plateformes numériques et sociales (Elmer *et al.*, 2012 ; Lalancette et Tourigny-Koné, 2017 ; Larsson, 2016). On peut penser aux médias sociaux, qui permettent un meilleur accès aux publics ciblés, favorisent une communication directe sans l'intermédiaire des médias dits « traditionnels » et offrent plus de possibilités quant à la présentation, le partage, l'analyse et l'évaluation des discours (Joathan et Lilleker, 2023.). Les politicien-nes, autrefois soumis aux impératifs journalistiques, ont désormais la possibilité de créer et de générer du contenu pour les réseaux sociaux et donc de transmettre directement de l'information adaptée à leurs publics (Ekman et Widholm, 2015). Bien qu'il y ait plusieurs bénéfices à la médiatisation, comme la possibilité de rejoindre des publics qui étaient auparavant difficilement « rejoignables » (Fauquert, 2016), sans le travail de médiation des médias traditionnels, nous nous retrouverions dans un espace communicationnel avec peu ou pas de régulations

---

<sup>27</sup> Traduction libre.

ni de suivi (Heath, 2021). Dans ce contexte, certains acteurs politiques peuvent profiter de ce lien direct avec leur public pour augmenter de manière considérable le nombre de communications, pour transgresser la « norme de vérité » ainsi que les « nombreuses normes régissant la délibération rationnelle », et ce, sans pénalité et au contraire, pour des gains politiques significatifs (*ibid.*). Les faits diffusés sur les médias sociaux peuvent dans ce contexte, être considérés comme étant « discutables », étant « rabaissés au rang de simples opinions » (Egelhofer *et al.*, 2021 ; Van Aelst *et al.*, 2017). De plus, le phénomène de campagne permanente augmente le besoin de concevoir des messages clés favorisant l'image des politicien·nes (ou défavorisant l'image des opposant·es) à tout moment et de manière instantanée (Blumenthal, 1980; Joathan et Lilleker, 2023). Ce type de communication plus fréquente et potentiellement de moins bonne qualité risque de surexposer les publics à des communications politiques, partisans et polarisantes (*ibid.*). Considérant que la communication politique, en soi, a une fonction essentiellement démocratique, ce changement dans le fonctionnement et dans les normes serait à l'origine d'une « désacralisation » des prises de parole (voir Turbide, 2018), ce qui représente une autre entrave à la participation des publics à la vie politique et un défi pour les politicien·nes qui tentent de capter et de conserver leur attention dans ce contexte de surabondance informationnelle. Cela peut également venir affecter la crédibilité de plusieurs acteurs politiques, et donc, est un défi à ne pas sous-estimer dans la production, mais également dans l'analyse des discours politiques.

Dans un autre ordre d'idée, la médiatisation force une révision des attentes, des modalités et des structures du discours politique, et ce, en raison du *risque* de viralité de ceux-ci. En prévision d'une potentielle médiatisation, un discours prononcé dans l'espace politique, par exemple une allocution énoncée dans la Chambre des représentants et ayant comme public direct les autres élu·es, sera adapté aux modalités d'un discours facilement reprenable dans les médias (Riutort, 2010). Plus précisément, un travail sera fait afin « d'affiner chacune des parties du discours afin de le rendre immédiatement intelligible, sélectionnant avec soin les phrases-chocs susceptibles d'être reprises [et] mobilisant les métaphores qui feront particulièrement image auprès des clientèles ciblées » (p.71). Les acteurs politiques peuvent désormais planifier et communiquer des messages clés à des publics absents lors de la prise de parole, via la rediffusion médiatique (Joathan et Lilleker, 2023). Le micro-ciblage et la démultiplication des publics complexifient donc le dialogue et le débat public et augmentent les risques d'incompréhension en favorisant l'utilisation de langage codé et de métaphores compréhensibles par certains groupes au-delà de la population « générale » (voir aussi Gentzkow *et al.*, 2016). La possibilité de rejoindre une quantité

innombrable de publics s'avère être à la fois une force et une contrainte de la communication politique moderne.

Enfin, la médiatisation implique une plus grande circulation des discours et exige donc une meilleure préparation de la part des politicien·nes dorénavant équipés·es d'outils et de professionnels de la communication et des relations publiques (*ibid.*). Cette « institutionnalisation » de la communication politique passe, de ce fait, par la centralisation des communications et très souvent, par le déracinement des équipes locales vers Washington (*ibid.*). Attestant de cette réalité, Joathan et Lilleker (2023) citent les quelques occurrences où des présidents, comme Bill Clinton (1993-2001), auraient implanté des *war rooms* ou des « cellules de crises » durant l'entièreté de leur gouvernance. Ces tactiques agissent donc comme un couteau à double tranchant, facilitant la rapidité et une meilleure planification des communications, mais isolant du même coup les acteurs politiques des enjeux concrets (et non planifiables) que vivent leurs électeurs. Ce paradoxe communicationnel révèle donc notre cinquième et dernier obstacle : l'évidente distanciation (physique et émotionnelle) entre les acteurs politiques (leurs équipes) et les publics. Ultimement, cela vient démontrer de la complexité du milieu communicationnel d'aujourd'hui. Si un acteur politique veut communiquer adéquatement et être au même niveau de ces collègues et opposant·es, celui-ci doit s'adapter et centraliser sa communication, s'armer d'une équipe de professionnels, etc., mais par le fait même, risque de « perdre » le contrôle de ses discours, de ses prises de paroles. Bref, à partir de cette réalité, nous observons donc que les politicien·nes désirant communiquer adéquatement, efficacement, mais aussi, honnêtement, doivent naviguer soigneusement dans ces eaux troublées par les exigences du milieu et le bien-être de leur électorat.

En somme, le contexte communicationnel nous permet d'identifier cinq grands obstacles auxquels doit faire face tous politicien·nes désirant communiquer leurs idées, leurs valeurs et affirmer leur identité : le détournement des priorités politiques, l'omniprésence de l'hostilité dans les discours, les inégalités identitaires persistantes, la désacralisation des prises de parole et la distanciation entre les acteurs politiques et leurs publics. Mélangées au climat de polarisation et de tensions, ces entraves complexifient considérablement la tâche des politicien·nes désirant communiquer un message autour de valeurs et d'enjeux précis. De plus, ces difficultés sont amplifiées par un contexte de crise, non seulement communicationnelle, mais politique également, nourrissant conséquemment le manque de confiance

envers les élus et la méfiance des publics envers la politique en général (voir Lalancette, 2011). Les principaux défis maintenant ciblés, nous nous tournerons, à la prochaine section, vers une revue des stratégies de présentation de soi et de cadrage mobilisées par des acteurs politiques pour contrer, ou du moins, contourner ces obstacles.

### 1.3 Stratégies communicationnelles de ralliement et d'identification aux valeurs, enjeux et discours politiques

Tout au long de la présente problématique, nous avons identifié les principaux facteurs qui gênent la capacité des acteurs politiques à communiquer adéquatement leurs idées et à susciter de l'adhésion autour de celles-ci. Maintenant que nous avons saisi le contexte de « crise » et les difficultés liées à celui-ci, nous nous tournerons, dans un premier temps, vers l'étude des stratégies et des pratiques communicationnelles mobilisées par les acteurs politiques pour favoriser leur image, leur perception, leur relation même avec les publics. Ensuite, dans un deuxième temps, nous aborderons la littérature traitant des cadrages des politiques progressistes qui contribuent à leur efficacité.

#### 1.3.1 Mise en scène de l'acteur politique

Tenant compte des contraintes posées par la campagne permanente et par la médiatisation de la politique, plusieurs stratégies communicationnelles centrées sur l'ethos<sup>28</sup> de la personnalité politique, sa « présentation de soi » (Goffman, 1959), ont été développées pour ratifier les publics et construire une relation de proximité avec eux. Parallèlement à la montée de l'infodivertissement<sup>29</sup> (voir Bastien, 2009) et de la médiatisation du politique, nous observons de nouveaux « niveaux d'exposition » (Corner et Pels, 2003) des acteurs politiques, et donc, nécessairement, d'un besoin accru pour de nouvelles modalités de (re)présentation et de pratiques politiques, qui passent entre autres, via une « logique de proximation » (Lits, 2003). Suivant cette logique, trois principales stratégies, documentées par la littérature, peuvent être

---

<sup>28</sup> Une définition plus approfondie de l'ethos sera présentée au prochain chapitre, mais brièvement, « la notion d'éthos a été définie par Aristote comme l'image verbale que l'orateur produit de sa propre personne pour assurer son entreprise de persuasion » (Amossy, 2014, p.14).

<sup>29</sup> L'infodivertissement est une pratique communicationnelle réunissant le journalisme d'information et de divertissement, qui est de plus en plus répandu en communication politique, avec une augmentation du nombre de politicien-nes y participant, et ce, durant des périodes électorales et non-électorale (Bastien, 2009).

distinguées : l'emprunt de codes issus de la culture populaire dans les discours, la conversationnalisation ainsi que la personnalisation des acteurs politiques.

L'emprunt de codes venant de la culture populaire est l'une des nombreuses stratégies permettant à l'acteur politique de construire une relation horizontale avec les publics (Lalancette, 2018), et ainsi de favoriser l'identification de ceux-ci à leurs futures politiques. Lorsqu'elle est liée à la stratégie de conversationnalisation, c'est-à-dire à des prises de paroles visant à susciter l'interaction, quasi spontanées et créant un semblant « d'intimité à distance » avec l'auditoire (Horton et Wohl, 1956 ; Turbide, 2018), la stratégie d'emprunter des codes populaires<sup>30</sup> permet, dès lors, de construire un ethos d'humanité et de créer « une impression de proximité » avec les publics (Lalancette, 2018). Par exemple, mentionner une émission de télévision ou une chanson coup de cœur en « dit beaucoup » sur le type de personnalité de l'acteur politique et offre au public l'opportunité de nouer des liens avec celui-ci (Street, 2000). Cette stratégie permet également de mettre de l'avant le « caractère branché » des politicien·nes, et du même coup, permet d'évoquer une image positive et d'attirer du soutien politique (*ibid.*).

Plus encore, pour ce qui en est de la conversationnalisation, cette stratégie peut parfois prendre la forme de pratiques humoristiques ou de *storytelling* dans les discours, et ce, de manière à augurer un sentiment de proximité, de familiarité, voire de connivence avec les participant·es de la situation de communication. Pour sa part, le *storytelling*, soit la mise en récit en français, permet de captiver l'audience par des narrations engageantes, créant ainsi une connexion émotionnelle et une implication personnelle à la fois de la part de l'orateur·trice et des membres du public (Seargeant, 2020). Puis, l'usage de l'humour, quant à lui, favorise la détente et l'adhésion, entre autres, rompant les barrières formelles et facilitant une interaction plus spontanée et authentique entre les interlocuteurs (Bitterly *et al.*, 2016), et ce, en accord avec les principes de la conversationnalisation tels qu'établi précédemment (Horton et Wohl, 1956 ; Turbide, 2018).

De son côté, la personnalisation, vise à placer l'acteur politique au centre de la vie politique (Lalancette, 2018). Il s'agit en fait de mettre de l'avant tant les dimensions privées que professionnelles des acteurs

---

<sup>30</sup> Selon John Street (1997), la culture populaire est « une forme de divertissement produite en masse ou mise à la disposition d'un grand nombre de personnes » (Van Zoonen, 2005). Les codes qui ressortent de la culture populaire peuvent donc prendre la forme de références à de la musique *pop*, à des émissions de télévisions connues et aimées (Street, 2000) et dans un contexte plus moderne, à des défis ou des phrases largement repris dans des médias sociaux comme Instagram et TikTok.

politiques (Martel, 2018) et donc, de les mettre en scène soit comme étant des « individus près des gens » en présentant des caractéristiques relevant du privé tel que leur situation familiale ou soit comme « des experts vertueux », soulignant les qualités qui font d’eux des professionnels dignes de confiance (Arbour, 2014). Témoignant de ce « double savoir-faire », Martel (2018) identifie « d’abord, une compétence professionnelle à communiquer son expertise de manière à maintenir sa crédibilité dans le rôle de politicien, ensuite, une compétence sociale à communiquer qui met en valeur sa capacité à interagir de façon spontanée, à abandonner la « cassette », à manifester un certain naturel adapté à la situation » (p.99). Mais encore, en mettant le privé, l’humain au centre des communications, on lui attribue un « pouvoir personnel » (Bennett, 1996) de façon à ce que « les causes s’incarnent dans des individus [et que] les personnages politiques symbolisent les luttes collectives » (Gingras, 2007). Dans ce sens, Corner et Pels (2003) soutiennent que « les gens ne [veulent] plus voter pour des partis politiques et les programmes proposés, mais plutôt pour des personnes et leurs idées » (Lalancette, 2018). D’ailleurs, selon McAllister (2009), la personnalisation serait l’une des « figures centrales » de la politique démocratique du 21<sup>e</sup> siècle. Les politicien·nes, désormais au centre de la politique, seraient jugés selon des critères d’authenticité, d’honnêteté, mais surtout, de caractère (Van Zoonen et Holtz-Bacha, 2000), de manière à permettre une « identification affective » de la part des publics envers les politicien·nes, maintenant plus accessibles que jamais (Corner et Pels, 2003).

De plus, de manière générale, la personnalisation permet aux acteurs politiques de mettre de l’avant des « qualités », plutôt personnelles, qui font d’eux de bons leaders. Cependant, les critères de sélection et de jugement pour un politicien et une politicienne ne sont pas les mêmes, et cela est principalement dû à la structure politique hétéronormative et patriarcale (voir Brown et Dowe, 2020; Lalancette, 2018). Dans sa recherche, Van Acker (2003) a remarqué que certaines qualités chez les hommes étaient souvent vues comme des faiblesses chez les femmes, dont la compétitivité, l’affirmation de soi et même la conciliation travail-famille. De surcroît, ce phénomène, qui porte également le nom de double standard sexiste, affecte encore à ce jour le potentiel électoral de candidates femmes aux élections, notamment sur la base de stéréotypes genrés, de manque de confiance et de doutes quant aux compétences des femmes (Ditonto, 2017). C’est d’ailleurs pour cette raison, qu’aux États-Unis par exemple, certains acteurs politiques, plus fréquemment des politiciennes, se présenteront dès le départ comme étant des *outsiders*, des marginaux (Gulati, 2004). En effet, dans sa recherche sur la « présentation de soi » en ligne par des membres du Congrès des États-Unis, Gulati (2004) démontre que les femmes, surtout démocrates, ont tendance à se présenter elles-mêmes comme étant des *outsiders*, et donc, à occuper en amorce une posture

oppositionnelle. Ceci étant dit, Dolan, Deckman et Swers (2021) soulignent que « les femmes américaines sont loin d'être monolithiques dans leurs tendances politiques » et que la polarisation ne fait qu'amplifier ces disparités. C'est d'ailleurs pourquoi plusieurs chercheuses soulignent le danger d'une analyse binaire des acteurs politiques (hommes et femmes) et renforcent le besoin que l'enjeu de la mise en scène des acteurs politiques soit abordé de manière intersectionnelle (voir Brown, 2010, 2011, 2019a, 2019b; Brown et Gershon, 2020; Dolan et al., 2021; Matos, 2019). Selon elles, il est important de comprendre les nombreux facteurs qui influencent l'identité d'un acteur politique, et donc, sa présentation de soi et ses « politiques identitaires » (*ibid.*).

Faisant écho à cette réalité, Rodriguez et Goretti (2022) présentent, dans leur recherche, un cas où une politicienne, Alexandria Ocasio-Cortez (AOC)<sup>31</sup>, aurait adopté une posture oppositionnelle et aurait mis de l'avant des politiques identitaires représentant la complexité de son identité. Cette dernière est devenue, dès son élection en 2018, le symbole d'une communauté alimentée « par des structures affectives de pouvoir, de résistance, de dynamique, de pouvoir entre les sexes, d'idéologies politiques, de culture, d'espoir et d'encouragement »<sup>32</sup> (*ibid.*). Selon les chercheuses, AOC « est l'incarnation de l'espoir et le reflet des habitants de la circonscription qu'elle représente » (*ibid.*), soit les districts de *Queens* et du *Bronx* de New York. Depuis ses débuts en politique, elle a été la cible autant de louanges que de critiques, et ce, principalement en raison de son identité : plus jeune femme jamais élue au Congrès, immigrante de 3<sup>e</sup> génération, d'origine portoricaine, issue de la classe ouvrière et ayant travaillé dans les bars durant ses études pour subvenir aux besoins d'elle et de sa famille (*ibid.*). Parmi les critiques circulant dans l'espace public à son endroit, Goretti et Rodriguez (2022) citent, entre autres, son manque d'expérience, sa « stupidité », sa « naïveté », ses « comportements de petite fille » et son habillement, particulièrement son rouge à lèvres écarlate et ses boucles d'oreilles en anneaux (*hoops*), bref, elles citent principalement des critiques liées à son jeune âge, son genre et sa présentation de soi jugée « inappropriée ». À travers ses caractéristiques identitaires (genre, ethnicité et classe sociale), son style, ainsi que les politiques publiques proposées, Ocasio-Cortez a brisé les normes traditionnelles politiques, et de ce fait, la « politique de respectabilité » (Matos, 2019), ce qui vient confirmer sa posture oppositionnelle face au système hétéronormatif, blanc et sexiste en place. L'exemple d'Alexandria Ocasio-Cortez illustre comment

---

<sup>31</sup> AOC est une politicienne élue à la Chambre des représentants du Congrès des États-Unis depuis 2018. Elle s'auto-identifie comme socialiste démocrate et est parfois considérée comme le bras droit de Bernie Sanders, le sénateur du Vermont connu notamment pour son progressisme social et économique.

<sup>32</sup> Traduction libre.

une telle posture favorise l'identification d'autant de personnes, surtout des jeunes, des femmes et des personnes de couleurs, soit des personnes historiquement désintéressées ou délaissées par la politique. Elle incarne de ce fait la lutte progressiste et représente l'ensemble des personnes qui diffèrent de la « norme », pour enfin, leur donner de l'espoir (Rodriguez et Goretti, 2022).

En somme, la manière dont se mettra en scène un-e politicien-ne, son image (ethos) et sa manière de se positionner au sein de l'espace politique, influencera comment iel sera perçu tout comme sa capacité à communiquer des messages et à venir solliciter de l'approbation de la part des publics et des autres politicien-nes. Dans le contexte des États-Unis, une communication horizontale, de proximité et mettant de l'avant la personnalité et les caractéristiques identitaires de l'acteur politique aideront ceux-ci à contrer le sentiment de distanciation et de délaissement de la part de certains publics. Une communication suscitant le dialogue et empruntant des codes généraux, non partisans de la culture populaire semble permettre aux publics de s'identifier à l'acteur qui parle de politique et donner l'espace à ce dernier pour œuvrer efficacement au sein de l'espace public et politique. Enfin, la revue de la littérature nous aide à comprendre qu'en raison des inégalités identitaires persistantes, une posture oppositionnelle peut parfois être favorable à l'identification des publics à la politique. Celle-ci permet effectivement aux publics méfiants de la politique ou à ceux historiquement sous-représentés de s'identifier à quelqu'un, à un acteur politique « sortant de la norme » et représentant un mouvement de résistance, comme c'est le cas notamment avec la politicienne progressiste Alexandria Ocasio-Cortez.

### 1.3.2 Présentation et cadrage des politiques progressistes

Au-delà de la personnalité politique qui l'incarne, le succès et le taux d'adhésion qu'aura une politique publique sont largement affectés par les stratégies de cadrage et de présentation qui seront mobilisées, car celles-ci contribuent à influencer l'opinion publique (voir Ellis et Stimson, 2012). À ce titre, Carvalho (2010) argumente que les médias sont fréquemment la seule, sinon la principale source d'information et de sensibilisation et donc, qu'ils occupent souvent le rôle central auprès de la population générale, confirmant de ce fait l'importance d'un bon cadrage médiatique. Plusieurs autres chercheurs montrent effectivement que le bon cadrage d'une politique publique est essentiel pour assurer son succès et que, dans certains cas, le cadrage médiatique l'est tout autant, sinon plus (voir Boykoff, 2011; Brulle et al., 2012; Carvalho, 2010; Feldman et al., 2012; Lester, 2010; Morris, 2021).

Cette réalité est d'autant plus vraie pour les politiques progressistes en raison de leur nature polarisante qui s'opposent aux mœurs plutôt conservatrices de la société américaine (voir Ellis et Stimson, 2012). Par définition, le progressisme comprend une variété de luttes visant globalement à réduire le fossé et les inégalités entre les classes et les communautés marginalisées et défavorisées, et ce, à travers des politiques de représentation et redistribution; des politiques qui s'éloignent du Rêve américain individualiste<sup>33</sup> (voir Bazzi et al., 2020; Joy et Vogel, 2021; Samuel, 2012). Plus précisément, ce mouvement politique vise à combattre la pauvreté, les inégalités, le chômage et les pénuries de main-d'œuvre, la crise du logement, la pollution et la crise climatique, tout en augmentant les investissements dans les infrastructures et les institutions publiques, comme le transport et les services sociaux (*ibid.*). Malgré la visée sociale et le support général envers le progressisme, il semble y avoir une disparité entre l'approbation, généralement forte, et les résultats, plutôt faibles, de ce mouvement en termes électoraux. Ce « paradoxe progressiste » illustre comment le support social du progressisme se traduit très peu en projets de loi passés ou en politicien·nes progressistes élu·es (Ellis et Stimson, 2012 ; Horowitz *et al.*, 2017). Historiquement, les politiques progressistes ayant eu un meilleur taux de succès avaient mobilisé un cadrage associé aux valeurs traditionnelles, conservatrices et plus typiquement *américaines* comme la patrie et la famille (*ibid.*). Selon Murawski (2023), lorsqu'on traite d'enjeux progressistes, tels que l'accès à l'avortement, la conversation et le débat national sont fréquemment centrés autour de la morale et de l'éthique. Ceci étant dit, la définition de la moralité aux États-Unis s'inscrit très fortement dans une « une morale religieuse singulière ancrée dans le christianisme conservateur » (*ibid.*). De ce fait, il est nécessaire pour les acteurs politiques progressistes débattant sur des enjeux « moraux » de bien offrir leur propre définition de ce qui est moral, éthique et équitable ou, du moins, de reconnaître l'existence d'une dissonance cognitive collective en lien avec ce débat, sans quoi, le risque d'incompréhension augmente (*ibid.*).

---

<sup>33</sup> Plusieurs définitions du *Rêve américain* existe à ce jour. Parmi celles-ci, on retrouve fréquemment la notion que le succès se traduit pas un toit sur sa tête, à de la nourriture sur sa table et à la capacité de prendre sa retraite éventuellement (Samuel, 2012). Cela dit, pour certains, ce succès doit être acquis via la participation à la *rat race* (la course de rats), c'est-à-dire, via un travail rigoureux, rapide et pratiquement incessant (voir Rosa, 2012; Samuel, 2012). De plus, ce succès ne doit pas être « teinté » par l'intervention de l'État ou de d'autres personnes, il y a donc une composante d'autonomie, d'auto-détermination et d'indépendance très importante au Rêve américain (Ferree, 2008 ; Samuel, 2012). Enfin, ce critère d'autonomie se traduit souvent par un rejet des politiques de redistribution et plutôt, par l'adoption de politiques libérales et individualistes (Bazzi *et al.*, 2020).

### 1.3.2.1 Politiques progressistes sur les inégalités

Compte tenu du large éventail de causes se rattachant au progressisme, il peut être complexe d'en prioriser certaines au détriment d'autres. Pour cette raison, certains chercheurs s'entendent pour dire que les politiques progressistes doivent reconnaître les multiples causes contribuant à l'existence et à l'amplification des inégalités socio-économiques aux États-Unis, dont le genre, la race et la classe (Brown et Dowe, 2020 ; Lefebvre, 2003 ; Smeeding, 2005) de façon à les combattre. Par exemple, une femme monoparentale qui fait face à des enjeux professionnels de conciliation travail-famille, fait probablement face des enjeux économiques (un seul revenu stable) et conséquemment, à des enjeux d'accès à de bonnes institutions publiques (santé, scolaire, etc.) (Smeeding, 2005). Dans ce sens, un cadrage holistique et intersectionnel pourrait être bénéfique et permettrait l'inclusion et donc, l'identification de plusieurs publics, touchés différemment par divers enjeux.

À travers les années, on a d'ailleurs remarqué un rapprochement, voire une collaboration entre les luttes activistes féministes et anti-racistes aux États-Unis, ce qui s'est traduit par un cadrage similaire des « inégalités » (Ferree, 2008). Ferree (2008) souligne effectivement que le cadre du discours politique américain repose fréquemment sur des revendications « anti-discrimination » combinant des questions de « race et de genre » et mobilisant la construction d'une alliance politique « race-genre ». Ce cadrage anti-discrimination permet d'ailleurs de mettre l'accent sur « les droits humains » plutôt que sur des composantes « personnelles » faisant souvent la cible de critiques médiatiques et se rattachant à la conception néolibéraliste des mouvements féministes et anti-racistes (Sisco et Lucas, 2015). D'autres chercheurs, tels que Berman et Paradies (2010) et Spivak (2008), soutiennent qu'il est nécessaire pour une politique publique d'être cadrée autour de solutions institutionnelles et structurelles, plutôt que de mettre l'accent sur le « multi-culturalisme » qui renforce fréquemment la présence d'une culture dominante. En somme, il semble important de cadrer les politiques visant à combattre les inégalités de genres, de races et de classes, non comme étant indépendantes, mais bien interreliées. En promouvant un cadrage de reconnaissance (sociale et politique) et de redistribution (économique), les acteurs politiques semblent pouvoir de ce fait, cibler les lacunes systémiques freinant l'atteinte d'une justice sociale pour plusieurs groupes sociaux et favoriser, du même coup, une inclusion et une potentielle participation de ces derniers à la vie politique (Berman et Paradies, 2010 ; Fraser, 2004 ; Seikkula, 2022 ; Smeeding, 2005).

### 1.3.2.2 Politiques progressistes environnementales

Les enjeux environnementaux occupent, tout comme les enjeux de genre et de race, une place importante dans le mouvement progressiste (Fraser, 2017). Dans sa recherche, Morris (2021) affirme que le principal défi à surmonter pour les politicien·nes désirant présenter des politiques environnementales progressistes est la binarité de la couverture médiatique. Un projet de loi est ainsi bon ou mauvais, amical (*friendly*) ou l'ennemi à combattre, Américain ou pas (*ibid.*). Le Green New Deal (GND) par exemple, cette politique environnementale progressiste déposée en 2019 par la représentante Alexandria Ocasio-Cortez et le sénateur Ed Markey, a rapidement été cadrée médiatiquement comme « mauvaise » et même « dangereuse » pour la nation et comme étant un problème inventé et majoritairement porté par l'« Autre millénial » (*millennial Other*) et ultimement, comme ne nécessitant pas l'attention de la population (*ibid.*)<sup>34</sup>.

Ainsi, dans la littérature, on propose diverses manières de présenter, de formuler et de cadrer des réformes environnementales, et ce, dans le but de favoriser une couverture médiatique positive pour éventuellement, qu'elles obtiennent une place de choix dans l'agenda public et qu'elles recueillent l'approbation de la population. Brulle et ses collaborateurs (2012) estiment qu'il peut être grandement bénéfique d'avoir le soutien d'élites politiques, économiques et sociales ayant un pouvoir d'influence sur l'opinion publique des enjeux environnementaux. En ce sens, il pourrait être judicieux d'inclure des discours d'approbation venant d'« élites », qui elles, prennent le rôle de figure d'autorité, venant valider de la pertinence de telles politiques publiques.

De leur côté, Martin et Hodder (2009) et Morris (2021) constatent que le cadrage des changements climatiques comme étant une « urgence » présente plusieurs inconvénients potentiels, tels que les faire paraître comme étant insurmontables. D'une part, une position alarmiste, voire fataliste, pourrait décourager les sceptiques alors que les indécis pourraient se sentir impuissants et apeurés même face aux conséquences de ces réformes (Morris, 2021). D'autre part, miser sur la gravité de la crise climatique peut :

implicitement donner la priorité au changement climatique par rapport à d'autres questions sociales importantes. [Cela] peut orienter le mouvement vers des solutions dirigées par le gouvernement plutôt que de susciter un soutien populaire pour des efforts à long terme. [La]

---

<sup>34</sup> Ce type de cadrage a principalement été partagé par des médias conservateurs tels que Fox News, mais a toutefois été repris par certains médias à tendance plus centristes comme le Wall Street Journal (Morris, 2021).

formulation de l'urgence peut être contre-productive : elle peut déresponsabiliser les citoyens parce que le problème semble trop important<sup>35</sup> (Martin et Hodder, 2009, p.53).

Martin et Hodder (2009) proposent donc une approche misant sur des actions concrètes ayant des bénéfices « à long terme ». Pour leur part, Joy et Vogel (2021) avancent l'idée de normaliser le plus de changements possibles en implantant les propositions environnementales au sein des communautés, et par le fait même, de prioriser une approche à petite échelle, locale et urbaine ainsi qu'une approche de redistribution des ressources. De plus, ils soutiennent que des changements drastiques ne seraient pas la solution et que ceux-ci pourraient nuire à un « progrès durable »<sup>36</sup>, à long terme (*ibid.*). Ceci étant dit, ils apportent tout de même une nuance : dans le discours progressiste, l'environnement devrait, malgré tout, être une priorité et devrait être abordé de manière continue, car « si nous ne sauvons pas l'environnement, quoique nous fassions en matière de droits civiques ou de luttes contre la pauvreté n'aura aucun sens, car nous n'aurons pas lutté contre l'extinction »<sup>37</sup> (Quigley, 2017; cité par Joy et Vogel, 2021). Il y a donc un équilibre à atteindre selon ces derniers : il ne faut pas être alarmiste, sans toutefois diminuer l'importance de l'enjeu environnemental. Joy et Vogel reconnaissent aussi l'importance d'aborder les changements climatiques en lien avec « les relations inéquitables de genre, de classe et de race (parmi d'autres) plutôt que des défaillances comportementales individuelles » et donc, comme étant essentiellement structurels, plutôt qu'individuels. D'autres, comme Lefebvre (2003), soulignent d'ailleurs l'importance de la « solidarité » et des « expériences partagées » dans la construction d'un cadre politique environnemental.

En somme, nous observons une tendance dans la présentation et dans le cadrage des politiques publiques progressistes, qu'elles soient identitaires, contre les inégalités socio-économiques ou visant à combattre les changements climatiques : l'union fait la force. Il ne faut pas isoler un enjeu et le traiter comme étant unique. Cette approche semble permettre d'englober les diverses sources d'inégalités freinant l'atteinte d'une justice et d'une reconnaissance sociale et donc, de favoriser l'inclusion, le ralliement et la potentielle identification d'un grand nombre de personnes autour desdites politiques publiques (voir Ellis et Stimson, 2012), mais aussi autour d'une identité et d'une cause progressiste. Enfin, il ne faut pas sous-estimer le

---

<sup>35</sup> Traduction libre.

<sup>36</sup> Traduction libre.

<sup>37</sup> Traduction libre.

cadrage médiatique et son impact sur l'opinion publique et donc, sur l'approbation et le succès d'une politique publique (*ibid.*).

#### 1.4 Objectif et question générale de recherche

À la faveur de cette revue de la littérature, nous avons identifié cinq angles principaux guidant notre étude des discours politiques progressistes et justifiant sa pertinence. Tout d'abord, nous comprenons désormais que notre objet de recherche s'inscrit dans un contexte de crise politique et sociale, dont l'environnement communicationnel est constamment en changement, influencé par la généralisation des phénomènes de campagne permanente et de médiatisation. En réaction à ces exigences, on note, de la part des politicien-nes et de leur équipe la mise en œuvre de plusieurs stratégies communicationnelles, de présentation de soi et de cadrage afin de favoriser une couverture médiatique positive favorable, permettant un potentiel ralliement envers la cause, les idées et les valeurs progressistes. Donc, en premier lieu, notre recherche proposera d'analyser et de comprendre les stratégies communicationnelles, dites discursives, mobilisées dans les discours qui s'inscrivent dans un contexte tel que nous l'avons présenté, soit un contexte de polarisation, de radicalisation des idéaux et de crise communicationnelle. Ensuite, nous notons une forte tendance à l'opposition : la gauche contre la droite, les *outsiders* contre les institutions, le progressisme contre l'essence individualiste américaine, etc. En outre, comme nous l'avons présenté, des dissensions prennent forme également au sein même du mouvement progressiste, notamment entre les modérés et les extrémistes. Reconnaisant cette dimension polarisante propre à la politique américaine actuelle, notre recherche cherchera, en deuxième lieu, à observer et explorer comment se construit une (ou des) identité(s) progressiste(s) dans les discours politiques et à décrire les fondements de celles-ci. Par la suite, nous avons observé que les enjeux identitaires liés au genre ou à l'ethnicité d'un-e politicien-ne ont effectivement un impact tant sur la participation à la vie politique, sur les stratégies communicationnelles mises de l'avant que sur la manière dont seront interprétés les discours politiques. En ce sens, nous nous attarderons, en troisième lieu, à l'analyse de discours politiques prononcés par des femmes politiciennes de manière à saisir les modalités d'expression de cette double situation minoritaire, soit le fait d'être progressiste dans un premier temps, et le fait d'être une femme dans un second. Enfin, au fil de notre revue de la littérature, nous avons observé que le progressisme a souvent été un thème sous-jacent à l'analyse, et non pas le thème principal de la recherche. En effet, la très grande majorité des recherches traitant du progressisme l'abordait soit sous un angle comparatif (démocrate versus

républicain), soit comme une thématique émergeant de l'analyse des pratiques communicationnelles d'un acteur politique, ou soit en abordant un seul enjeu rattaché au progressisme, par exemple en abordant uniquement des enjeux raciaux ou uniquement des enjeux environnementaux. Ce constat nous a donc menés, en quatrième et dernier lieu, à vouloir explorer le progressisme comme élément central à notre recherche.

Ainsi, nous désirons observer le processus de construction d'une identité progressiste (singulière ou plurielle) ainsi que les valeurs qui la fonde et l'anime, et ce, dans les discours de femmes politiques progressistes aux États-Unis. Cet angle nous apparaît, à notre connaissance, encore sous-étudié. Notre recherche vient donc contribuer et bonifier la recherche qui existe déjà entourant l'identité, les discours politiques et les valeurs, en réunissant ces trois grands concepts. Enfin, notre objectif principal de recherche peut être résumé ainsi : *comprendre comment – par quels moyens, par quelles stratégies – les discours des politiciennes progressistes aux États-Unis (socialistes démocrates) sont susceptibles de favoriser un sentiment d'appartenance envers une identité et des valeurs progressistes*. En s'appuyant sur cet objectif de recherche, nous posons la question générale (QG) suivante qui guidera nos prochains chapitres ainsi que notre analyse :

- QG : Quelles stratégies discursives sont mobilisées par les politiciennes progressistes aux États-Unis pour susciter de l'adhésion autour de leur(s) identité(s) et de leurs valeurs ?

## **CHAPITRE 2**

### **CADRE THÉORIQUE**

Au regard de la GQ formulée, dans ce chapitre, il sera question des éléments théoriques et conceptuels qui guideront notre analyse. À la suite de notre problématique, nous avons identifié trois grands concepts qui nécessitent un approfondissement, soit le discours, les valeurs et l'identité. Ces derniers seront développés et après quoi, nous serons en mesure de révéler nos questions spécifiques de recherche (QS) qui organiseront notre analyse.

#### 2.1 Le discours

Puisque le discours est central à notre recherche, nous débuterons ce cadre d'analyse avec la présentation de ce concept. Ainsi, le discours, peut être défini de plusieurs manières, ceci dit, dans son expression la plus simple, il s'agit des « manifestations concrètes du langage, et implique donc une prise en considération du locuteur, du référent et de la situation de communication » (Détrie, Siblot et Verine, 2001, p. 167-168). Cependant, dans son expression plus complexe, nous reconnaissons le discours en tant que pratique sociale d'influence (Turbide et Duval, 2022) qui « sollicite simultanément les compétences psychosociales qui permettent aux individus [de s'exprimer], de se comprendre et de s'entendre » (Vincent, 2001). Ultérieurement, nous verrons que le concept de discours peut être envisagé selon trois perspectives interreliées: comme acte de langage, comme action et comme pouvoir symbolique émancipateur, mais avant, présenterons quelques caractéristiques définitoires du discours, et plus précisément, des discours politiques.

##### 2.1.1 Quelques caractéristiques du discours

Pour débiter, cette section présentera trois grandes définitions et fonctionnalités du discours qui seront pertinentes tout au long de notre recherche. Nous avons divisé la présente section de façon à bien illustrer les trois chercheur-es et concepts qui nous guideront, soit les réalités langagières d'Alice Krieg-Planque, la construction argumentative de la réalité de Diane Vincent et finalement, le discours politique de Patrick Charaudeau.

### 2.1.1.1 Réalités langagières

Tout d'abord, parce que le discours renvoie avant tout à la parole en action, il importe de souligner son caractère dynamique et mouvant. Discourir, parler, ce n'est pas seulement dire ou écrire des mots, mais c'est aussi convoquer un ensemble de « réalités langagières », d'univers de sens auxquels se réfèrent allusivement les mots prononcés (Krieg-Planque, 2017). Autrement dit, le concept de « réalités langagières » de Krieg-Planque se concentre sur la manière dont le langage et le discours façonnent et reflètent les réalités sociales et politiques, plus précisément en mobilisant ces deux notions clés : le dialogisme et l'inter-discours. D'une part, le dialogisme, tel qu'évoqué brièvement, se réfère à l'idée que tout énoncé ou discours est en interaction avec d'autres énoncés, passés, présents ou futurs (*ibid.*). Le langage est donc perçu comme fondamentalement dialogique, c'est-à-dire qu'il est toujours en réponse à quelque chose et anticipant des réponses futures (*ibid.*). D'autre part, la notion d'inter-discours, quant à elle, fait davantage référence aux relations entre différents discours, ceux-ci ne sont donc jamais isolés, mais toujours en interaction avec un ensemble plus large de pratiques discursives (*ibid.*).

À ce titre, dans leurs travaux, Calabrese et Veinard (2018, p.15) soulignent l'importance du contexte communicationnel, de la reconnaissance du caractère imbriqué des discours au sein d'eux-mêmes, en donnant l'exemple du mot « race ». En effet, ces dernières soulignent qu'il s'agit d'un mot qui « est traversé par un interdiscours qui rend son usage tabou dans certains pays »; un interdiscours qui se nourrit de théories pseudo-scientifiques [pour] justifier les hiérarchies entre les humains » (*ibid.*). Ainsi, une prise de parole ne peut être isolée de son contexte et n'est jamais unique. Son sens se construit dans la relation qu'elle noue avec des propos passés et futurs qu'elle anticipe et auxquels elle entre en résonance (Krieg-Planque, 2017). Les discours sont donc poreux et modulés en fonction de ces différents échos intertextuels (*ibid.*), permettant de ce fait, de porter différents niveaux de sens, selon les discours et le contexte référés.

Toujours selon Krieg-Planque (2017), les mots ne sont jamais neutres. En effet, les différents niveaux de langage, par exemple, plus soutenu ou familier, et les différents styles linguistiques (grossier versus cultivé) mis de l'avant permettent la construction d'un ethos particulier et influencent de ce fait le message porté et la manière de l'interpréter. Une femme en politique pourrait effectivement s'exprimer dans un langage plus soutenu afin d'être mieux pris au sérieux, mais pourrait encore vouloir qu'on s'y identifie davantage en priorisant un style plus familier, d'où l'importance de prendre en compte l'acteur, le contexte et la situation de communication lors de son analyse. Le discours permet donc de construire et de véhiculer un ethos précis, et ce, de manière volontaire ou non (Amossy, 2014).

Le discours est également rempli d'inflexions et de connotations qui contribuent à attribuer une valeur à un mot, apposant de ce fait une *étiquette* à ce dernier et influençant son sens au sein d'une phrase (*ibid.*). Les mots portés par un locuteur ne seront donc jamais exclusivement les « siens », ils sont toujours le résultat d'une socialisation, d'expériences et des valeurs partagées (*ibid.*). Dans le cas des discours politiques, une politicienne peut donc parler au « je », mais parlera en même temps au nom d'un groupe reflétant des expériences passées et des mots socialement appris et connotés (*ibid.*). Une politicienne peut donc mobiliser des termes et des expressions faisant référence à une expérience partagée par un grand nombre de femmes, et ce, afin de créer un sentiment d'appartenance à ces discours, tout comme un homme politicien peut utiliser ces mêmes expressions, mais, au final, l'impact de ces mots ne sera pas le même. En somme, comme le disent Turbide et Duval (2022, p.117) :

Écrire, parler, c'est, d'une part, prendre en compte, apprécier, même inconsciemment, ce qui a été déjà dit/écrit, la façon dont cela fait et, du moins en partie, adapter son propre discours en fonction de ce discours autre qui nous entoure. D'autre part, dans le même mouvement, c'est anticiper les réactions d'autrui à ce que l'on s'apprête à dire ou à écrire afin que notre discours produise les effets escomptés.

#### 2.1.1.2 Construction argumentative de la réalité

Par la suite, puisque le discours est porteur de sens, il constitue une guide pour l'interlocuteur, lui permettant de définir la situation, l'ambiance, ce qui est attendu d'iel, bref, de construire la réalité (Vincent, 2001). Il y a, à cet égard, un travail actif, relationnel et constant entre l'auditoire et la personne locutrice, un travail d'adaptation et de compréhension de la réalité qui se fait sans cesse par et à travers le discours (*ibid.*). Une personne peut se positionner face à un enjeu en énonçant son approbation ou son désaccord, mais peut également répondre ou contrer les attentes qui lui sont imposées via la prise de parole en signalant son indignation, son étonnement ou au contraire, son amusement face à une situation précise (*ibid.*). Dans ce cas, le discours, les mots choisis, le ton et l'argumentation peuvent contribuer à définir la situation, définir le rôle que prend la personne locutrice et définir les attentes et la relation de cette dernière avec le public ou les interlocuteurs (*ibid.*). Par exemple, lors d'un discours prononcé devant un public, on s'attend à ce que la personne locutrice s'adapte et interagisse, au moins légèrement, avec le public et son énergie, ce qui peut différer des normes et des attentes en lien avec une allocution ou un discours plus institutionnel. Un non-respect de ces normes pourrait influencer la réalité, la situation de communication et l'interprétation que le public co-présent ou absent fera du message. Il est donc important de comprendre les attentes de la situation de communication ainsi que de prendre en compte

les marqueurs discursifs qui aident à définir la « réalité » comme les marques d'accord, de désaccord, d'affirmation ou même de contestation.

### 2.1.1.3 Discours politique

Enfin, pour terminer cette section sur les caractéristiques définitoires du discours, selon Charaudeau (2005), c'est la situation de communication qui transforme un discours en discours *politique*, en d'autres mots, « c'est la situation qui le politise » (p.30). Tout comme le discours, la politique est ancrée dans des rapports d'influence sociale (de communication, de persuasion, de séduction, etc.) et c'est notamment par le langage, plus précisément, par la circulation des discours au sein d'espaces précis que s'élabore l'action politique, quelle qu'elle soit (*ibid.*). Les discours peuvent également aborder, débattre ou traiter d'enjeux de pouvoir pour être considérés comme étant politiques (Charaudeau, 2005; 2008). On peut aussi soutenir que le discours est politique ou qu'il produit des effets politiques du moment qu'il est porté publiquement par un énonciateur politique (*ibid.*). En somme, du moment qu'un acteur politique communique publiquement ou tente d'influencer, d'adresser des enjeux de pouvoir, de séduire, d'attirer des votes, de susciter des émotions ou de persuader un public, on s'inscrit dans un discours politique. Dans le cadre de notre mémoire, cela signifie que les discours mis à l'étude seront des discours prononcés par des politiciennes dans des espaces publics précis ainsi que des discours adressant des enjeux de pouvoir ou tentant d'influencer, d'attirer ou de favoriser une adhésion et une identification des publics à leur identité, leurs politiques publiques ou leurs valeurs.

Ces éléments définitoires fondamentaux étant posés, nous avons séparé les prochaines sections de façon à aborder trois perspectives interreliées propres à la notion de discours : le discours comme acte de langage, le discours comme action et le discours comme ayant un pouvoir symbolique émancipateur.

### 2.1.2 Le discours comme acte de langage

Pour débiter, est considéré comme acte de langage, « une action accomplie par des moyens langagiers », par exemple l'assertion, la critique, la requête, l'accusation, le reproche, l'objection, l'appel, etc. (Krieg-Planque, 2017, p.63). Cette conception du discours, intimement rattachée à la pragmatique, met de l'avant le « caractère fondamentalement agissant du discours » (Krieg-Planque, 2017). Au travers de cette théorie, Krieg-Planque explore comment les locuteur·trices utilisent le langage pour accomplir des actions sociales,

mettant l'accent sur la dimension performative des énoncés. Selon cette théorie, chaque énoncé peut être considéré comme une action, allant au-delà de sa simple signification linguistique pour influencer le comportement et les attitudes des interlocuteurs. Puisque notre recherche s'inscrit, elle-même, dans une visée pragmatique, soit d'identifier comment une action (action de susciter de l'adhésion) se produit au moyen du discours (stratégies discursives), cette théorie sera essentielle tout au long de ce mémoire.

Par la suite, inspirée des travaux d'Austin (1975), Krieg-Planque (2017) identifie cinq grandes classes d'actes de langage : le véridictif (ex. : supputer), l'exercitif (ex. : pardonner), le promissif (ex. : garantir), le comportatif (ex. : mettre au défi) et enfin, l'expositif (ex. : mentionner). Elle développe conséquemment la notion de performativité des discours, également introduite par Austin, définitoire de certains types d'acte de langage. Pour Austin (1975), un énoncé performatif est celui qui accomplit une action en même temps qu'il est énoncé, par exemple, dire « je vous jure solennellement » lors d'une cérémonie de mariage accomplit l'acte de serment lui-même. Krieg-Planque (2017) élargit cette idée en soulignant que tous les discours ont une dimension pragmatique, même s'ils ne sont pas nécessairement performatifs au sens strict d'Austin. Selon elle, chaque acte de langage a une force illocutoire, c'est-à-dire qu'il vise à influencer les attitudes, les comportements ou les croyances des interlocuteurs. Ainsi, même des énoncés descriptifs ou informatifs peuvent être performatifs dans la mesure où ils ont un impact sur le monde social et sur les interactions entre les locuteurs (*ibid.*). À ce sujet, Krieg-Planque (2017) souligne qu'il y a trois « valeurs » du discours : la valeur locutoire, la valeur illocutoire et la valeur perlocutoire, qu'elle définit ainsi :

- **Valeur locutoire** : se réfère à la signification littérale ou grammaticale d'un énoncé, c'est-à-dire ce qui est réellement dit par les mots utilisés. Cela concerne la compréhension de la phrase en tant que séquence de mots, sans considération des intentions ou des effets de l'acte de langage.
- **Valeur illocutoire** : pour sa part, la valeur illocutoire se réfère à la fonction ou l'intention communicative derrière un énoncé, c'est-à-dire ce que le locuteur cherche à accomplir en prononçant l'énoncé. Il s'agit de l'effet que le locuteur veut produire sur son interlocuteur.
- **Valeur perlocutoire** : se réfère à l'effet réel ou les conséquences que l'énoncé a sur l'interlocuteur, c'est-à-dire comment il influence les attitudes, les croyances ou les comportements de l'auditeur. Il s'agit de l'impact que l'énoncé a sur la personne qui le reçoit.

Nous viserons donc à identifier les actes de langage ainsi que les énoncés performatifs dans les discours des politiciennes progressistes de façon à repérer les actions qui tentent d'être accomplies par ces

dernières, notamment les actions en lien avec la création ou le renforcement d'une identité progressiste. Par l'appel, une politicienne pourrait pousser ceux et celles qui l'écoutent à agir face à un enjeu près de ses valeurs et du même coup contribuer à la création d'un sentiment de communauté, et par la critique, cette même politicienne pourrait s'opposer à quelqu'un ou quelque chose qui se heurte à ses valeurs ou à sa conception de son identité, la définissant du même coup<sup>38</sup>.

Modulant la force de l'acte de langage, Krieg-Planque (2017) souligne que le titre, le rôle ou le statut d'un-e orateur·trice influence effectivement la performativité d'un énoncé. Cela fait d'ailleurs référence au concept d'ethos préalablement introduit, soit cette « présentation de soi », cette image « que l'orateur construit de sa propre personne (Amossy, 2014). Pour sa part, Krieg-Planque (2017) identifie deux types d'ethos venant influencer les discours et leur pouvoir performatif : l'ethos discursif et l'ethos pré-discursif. D'abord, l'ethos discursif se réfère à l'image, à la crédibilité et à la manière dont le locuteur se présente à travers son discours. Cela comprend la façon dont le locuteur utilise le langage, la manière dont il construit son argumentation, son ton, son style de communication et sa capacité à susciter de la confiance et de la crédibilité auprès de son public. L'ethos discursif est donc construit et projeté à travers les choix rhétoriques du locuteur pendant le discours lui-même. Puis, l'ethos pré-discursif concerne l'image ou la réputation préexistante du locuteur avant même qu'il ne commence à parler. Cela peut être influencé par des facteurs tels que le statut social, le métier, l'expertise, les expériences passées, les actions antérieures, ou même les rumeurs et les préjugés associés à la personne. L'ethos pré-discursif peut façonner les attentes et les perceptions du public à l'égard du locuteur avant même qu'il n'ait prononcé un mot, et peut ainsi influencer la réception et la performativité de son discours. Par exemple, l'énoncé « ça doit cesser » risque d'avoir un plus grand impact venant du président d'un pays que d'un citoyen ou d'un politicien ayant un statut institutionnel moins élevé (*ibid.*).

L'ethos, à la fois pré-discursif et discursif, joue également un rôle sur la légitimité qu'aura un locuteur ainsi que sur la valeur (locutoire, illocutoire et perlocutoire) qu'auront ses énoncés (*ibid.*). Ces valeurs de transformation de la réalité sont donc intimement liées à l'ethos de l'énonciateur ainsi qu'à l'espace dans lequel est prononcé l'énoncé. En effet, « différents genres de discours se caractérisent par les actes de langage auxquels ils sont conventionnellement associés » (p.80). Un discours institutionnel est plus

---

<sup>38</sup> À noter que ces exemplifications de notions théoriques relèvent également du cadre méthodologique (chapitre suivant), mais sont présentées ici puisqu'elles sont nécessaires à la bonne compréhension du discours et des notions qui seront développées par la suite.

conventionnellement associé à des actes de langage comme la justification ou la critique (d'adversaires) et diffère des attentes et des pratiques courantes plutôt associées à un discours médiatique (*ibid.*). Par le repérage des actes de langage qui se trouve dans les discours politiques, nous serons donc en mesure d'évaluer la construction de la réalité, le respect ou non des attentes et des normes de la situation de communication, tel que présenté à la section précédente. Cette notion nous aidera d'ailleurs à définir la position et le rôle qu'incarnent les politiciennes progressistes, par exemple, en se positionnant en opposition à l'institution politique à l'aide de la critique ou de l'objection.

### 2.1.3 Le discours comme action

L'acte de langage, tel que nous venons de le voir, se renvoie à l'action menée par des moyens langagiers, et se différencie de la notion de discours comme action, qui elle est davantage ancrée dans une perspective sociologique où l'acteur se met, lui-même, en action (Turbide, 2009), même si ces deux perspectives s'ancrent dans une même approche praxéologique de la communication. En effet, cette distinction est nécessaire dans le cadre de notre mémoire, puisque le discours peut à la fois être un processus performatif de construction et de transformation social (acte de langage), et à la fois être intimement lié au processus de production d'une identité (discours comme action) (Noyer, 2011). Comme le soutient Bernard-Barbeau dans sa thèse (2009, p.11), c'est notamment à l'aide du discours que des « individus expriment qui ils sont et (...) font état de leurs différences ou de leur sentiment d'appartenance à un groupe », en ce sens, il est possible d'agir sur soi, d'agir sur les autres ainsi que d'agir sur la situation à l'aide du discours. Par la parole, tant orale qu'écrite, ainsi que par l'argumentation, une personne se présente elle-même, se construit et définit sa relation avec les interlocuteurs ou le public par le contenu dit et les procédés discursifs mobilisés (*ibid.*). Le discours incorpore donc constamment des techniques de représentation de soi (Noyer, 2011). Le sociologue Widmer (2010) reconnaît d'ailleurs que le discours est en quelque sorte une activité constante des locuteurs sur eux-mêmes, où, via différentes pratiques ou processus d'identification tels l'usage de formes de distinction ou d'affirmation, le locuteur, à la fois ethos et producteur du discours, prend également la forme de « sujet », et donc se construit au fil du discours (*ibid.*).

Partant de la notion de *discours politique* de Charaudeau (2008) présentée au point 2.1.1, celui-ci s'inscrit toujours en relation avec des enjeux de pouvoir, et cela signifie que les acteurs politiques pencheraient constamment vers un « agir sur l'autre » (p.54). Il y a effectivement des exigences de représentations de pouvoir omniprésentes en politique qui pousse les participants d'une situation de communication, par

exemple, à constamment se définir et se positionner par rapport aux autres participants. Similaires à une logique de hiérarchisation, des acteurs politiques pourraient chercher à établir ou consolider leur position d'autorité à travers leurs discours, la manière dont il parle et se présente (*ibid.*). Charaudeau va même jusqu'à parler de logique « soumission », c'est-à-dire que des acteurs politiques chercheraient à établir des rapports de « domination légitime » à travers la manière dont il parle, et non pas exclusivement à travers ce qu'ils disent. Il y aurait, toujours selon Charaudeau, trois manières d'acquérir de la légitimité en tant que politicien·nes et d'exercer une « domination légitime » et démocratique sur une population précise :

1. Premièrement, un acteur politique peut parler un nom d'un droit, et ce droit peut acquérir de la légitimité de deux façons : « par le jeu de la représentativité, de la délégation du pouvoir par le peuple » et « par des stratégies discursives de légitimation mise en œuvre par le sujet politique ».
2. Deuxièmement, un acteur politique peut exercer un pouvoir un nom d'un savoir et d'un savoir-faire, c'est-à-dire, que le « sujet politique [a] recours à des stratégies de construction d'images de lui-même, de façon à se rendre crédible aux yeux de l'instance citoyenne (ethos de crédibilité), et attractif (ethos d'identification) ».
3. Et troisièmement, l'acteur politique peut exercer un pouvoir au nom de valeurs communes, partagées par l'instance politique et citoyenne, et ce, dans un « idéal de " vivre ensemble " ».

Pour conclure, concevoir le discours comme action permet de ce fait de lier les discours d'une politicienne à sa présentation de soi et permet également d'inférer la manière dont cette dernière se positionne face à ses interlocuteurs, groupes ou publics à qui elle s'adresse, ce qui sera fort utile pour l'analyse, notamment l'analyse de la construction identitaire, car comme nous le verrons plus tard, ce processus s'inscrit souvent dans une logique de positionnement de soi envers autrui.

#### 2.1.4 Le discours comme pouvoir symbolique émancipateur

Nous avons vu que le discours permet d'accomplir des actions, de se positionner face à quelqu'un ou quelque chose et maintenant, nous verrons que le discours peut être un outil important pour la reconnaissance et l'émancipation de certains groupes sociaux. En effet, plusieurs auteur·es et chercheur·euses féministes telles que Butler (2017) reconnaissent l'apport potentiellement émancipateur, libérateur et vecteur de changement des discours. Ceux-ci sont intimement liés à la réalité sociale dans laquelle ils sont performés et peuvent effectivement agir sur cette réalité, la (re)construire et la

transformer (Butler, 2009, 2017 ; Hardy *et al.*, 2004). Fraser (2012) reconnaît, elle aussi, l'influence des discours dans les pratiques sociales et politiques d'émancipation. Selon elle, c'est à travers le discours que se façonnent et se transmettent les identités sociales, se confirme et se conteste l'hégémonie culturelle des groupes sociaux dominants et se manifestent les perspectives de changements sociétales (*ibid.*). Calabrese et Veniard (2018, p.13) affirment effectivement que « la corrélation discours-pouvoir est particulièrement sensible dans une activité comme la politique », et donc, les discours peuvent à la fois permettre le débat et l'argumentation autour d'enjeux de pouvoir comme en être le vaisseau.

Considérant la perspective constructiviste dans laquelle s'inscrit notre mémoire et selon laquelle les discours participent, influencent et construisent la réalité, les mots et les discours peuvent de ce fait, avoir de réels effets sur des communautés, notamment en termes de potentielle reconnaissance et réconciliation culturelle (Stamatopoulou, 2023). En effet, comme nous l'avons vu tout au long de cette section, la personne locutrice ne peut être dissocié de son discours et donc :

les mots n'ont d'autre poids que celui que les énonciateurs leur donnent à un moment donné, dans un contexte donné. Le poids d'un mot est celui de son histoire et de son usage au sein d'une communauté, d'une société ou d'un groupe, alors que pour une autre communauté, ce poids sera plus léger (Calabrese et Veniard, 2018, p.16).

Cela nous indique que l'histoire, la culture d'une communauté ou d'un groupe peut se transmettre à l'aide du discours, et que certains codes lexicaux, liens sémantiques et connotations permettent aux membres de ceux-ci de se comprendre, de s'identifier et de communiquer. Cela signifie également que le « poids » que portent des mots peut effectivement se traduire en blessure ou comme le nomment Bucholtz et Hall (2011), en « indexation linguistique ». Il peut donc y avoir un travail, à la fois conscient et inconscient, quant au choix de mots utilisés pour décrire une situation, une personne ou un groupe social, et ce, en prenant compte des liens sémantiques rattachés à certains mots qui peuvent être plus dérogatoires, déshumanisants ou même sexistes et racistes (Calabrese et Veniard, 2018).

Dans un même ordre d'idée, les études queers et féministes reconnaissent l'apport émancipateur et potentiellement réconciliateur du discours. (voir Boutet, 2019, 2020). Par exemple, utiliser un langage plus inclusif et représentatif des membres de la société ou de la communauté LGBTQ+ peut, en quelque sorte, contribuer à déconstruire la binarité de la langue et donner de la visibilité et un pouvoir symbolique à des personnes historiquement exclues de la langue et des discours publics (*ibid.*). En effet, nommer et reconnaître la présence de certains groupes, qu'ils soient issus de la diversité sexuelle ou de genre ou qu'ils

n'appartiennent tout simplement pas au groupe social dominant, peut souvent se traduire « par la volonté d'assurer à ces populations la pleine possession des droits dont elles sont supposées jouir, de pouvoir répondre à la question de leur vulnérabilité dans la société et de proposer des dispositifs concernant des obstacles structurels encourus par ces populations » (Calabrese et Veniard, 2018, p.45). En nommant et en reconnaissant un groupe de personnes, celui-ci peut se sentir interpellé, visé et inclus, ce qui, par le fait même, peut contribuer à susciter de l'adhésion envers une politique précise ou à cultiver un sentiment d'appartenance envers l'acteur politique les ayant nommé.

En somme, les mots ont le pouvoir d'accomplir des actions, les mots contribuent à la construction identitaire d'individus et de groupes, les mots peuvent blesser et soigner et peuvent, comme dans le cadre de notre mémoire, construire une identité et communiquer des valeurs auxquels les publics adhèrent et au sein desquels ils se reconnaissent. C'est d'ailleurs sur ce dernier point, les valeurs, que nous continuerons à la prochaine section.

## 2.2 Les valeurs

La section 2.1 nous a appris que le discours peut avoir une fonction d'incitation, de séduction, d'influence et de persuasion, tout en permettant à des groupes sociaux de se définir, de s'émanciper et de se reconnaître. Dans cette section, nous verrons comment le discours peut être un véhicule et une fenêtre sur les valeurs que portent les individus, et dans notre cas, les politiciennes. Considérant que le champ d'études sur les valeurs est très vaste et foisonnant, nous nous retiendrons ici sur la conceptualisation des valeurs qui s'appuie sur les réflexions issues du champ de la communication, de la sociologie et de la psychologie sociale. Selon ces perspectives théoriques, les valeurs constituent des éléments fondateurs du « soi » et proviennent essentiellement d'une socialisation, n'étant pas innées ni immuables (Hitlin, 2003). Plus précisément, les valeurs sont « des objectifs trans-situationnels souhaitables, plus ou moins

importants, qui servent de principes directeurs dans la vie d'une personne ou d'une autre entité sociale »<sup>39</sup> (*ibid.*, p.119) et sont définies selon ces cinq critères :

1. Ce sont des concepts ou des croyances
2. Elles se rapportent à des états finaux ou à des comportements souhaitables
3. Elles transcendent des situations spécifiques
4. Elles guident la sélection ou l'évaluation de comportements et d'événements
5. Elles sont ordonnées en fonction de leur importance relative

En d'autres mots, les valeurs, selon la définition proposée par Hitlin, sont donc socialement façonnées et communiquées, résultant de facteurs sociodémographiques et d'expériences vécues, et « agissent au niveau des individus, des institutions et des sociétés entières »<sup>40</sup> (p.120). Elles interviennent également dans la formation des attitudes et des préjugés, et donc, des comportements des personnes, sans toutefois être le seul facteur d'influence sur ces derniers (*ibid.*). De plus, toujours selon Hitlin, les valeurs seraient centrales dans la construction et l'expression d'un soi, composé, entre autres, d'une identité personnelle. En s'inspirant de la thèse d'Erickson (1995), Hitlin conçoit d'ailleurs que le soi serait effectivement basé sur des valeurs, et donc, qu'inversement, l'étude des valeurs « offre une fenêtre sur l'identité personnelle [et sociale] » (p.123).

En suivant avec pensée, en analysant les valeurs mobilisées dans les discours de politiciennes progressistes, nous devrions être capable de définir, sinon mieux comprendre, en quoi consiste l'identité progressiste. D'ailleurs, comme nous l'avons vu lors de la problématique, le progressisme vient s'opposer, par nature, aux valeurs traditionnelles et plutôt conservatrices des États-Unis. Mais quelles sont ses valeurs? Dans sa théorie sur les valeurs, Schwartz (1992) a identifié dix grandes valeurs qu'il qualifie de directrices que Piurko, Schwartz et Davidov (2011) ont, par la suite, divisées sous 4 catégories :

---

<sup>39</sup> Traduction libre.

<sup>40</sup> Traduction libre.

Tableau 2.1 les quatre catégories de valeurs fondamentales (Purko, Schwartz et Davidov (2011))

<b>Catégorie 1 : Ouverture au changement</b>	<b>Catégorie 2 : Conservation</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Stimulation</i> : l'excitation, la nouveauté et les défis</li> <li>- <i>Autodirection</i> : l'action et la pensée indépendante, le choix, la créativité et l'exploration</li> <li>- <i>Hédonisme</i> : le plaisir et la gratification (se retrouve aussi dans la catégorie « renforcement personnel »)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Tradition</i> : le respect, l'engagement et l'acceptation des coutumes et des idées que la culture traditionnelle ou la religion fournissent à l'individu</li> <li>- <i>Conformité</i> : la retenue des actions, des inclinations et des impulsions susceptibles de contrarier ou de blesser les autres et de violer les attentes ou les normes sociales.</li> <li>- <i>Sécurité</i> : sécurité, harmonie et stabilité de la société, des relations et de soi-même</li> </ul>
<b>Catégorie 3 : Auto-transcendance</b>	<b>Catégorie 4 : Renforcement personnel</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Universalisme</i> : la compassion, l'appréciation, la tolérance et la protection du bien-être de toutes les personnes et de la nature</li> <li>- <i>Bienveillance</i> : la préservation et l'amélioration du bien-être des personnes avec lesquelles on a des contacts personnels fréquents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pouvoir</i> : le contrôle, la dominance, le statut social et le prestige</li> <li>- <i>Accomplissement</i> : le succès personnel selon les standards sociaux</li> </ul>

Purko et ses collaborateurs stipulent que les catégories de valeurs se contrastent, et donc, que l'ouverture au changement s'oppose à la conservation et que le renforcement personnel s'oppose à l'auto-transcendance. En outre, ils reconnaissent que la gauche politique tend à se rapprocher des catégories 1 et 3, tandis que la droite politique tend à se rapprocher des catégories 2 et 4. Bien sûr, cette séparation gauche-droite n'est pas infaillible, il y a plusieurs facteurs tels que le pays, la situation économique, le contexte social et plus encore qui influencent l'idéologie et les systèmes de valeurs que porteront des partis politiques (*ibid.*). Cela étant dit, selon la recherche de Purko et ses collaborateurs et notre compréhension générale du progressisme, il nous semble donc possible de proposer ce classement :

Tableau 2.2 classement idéologique des valeurs fondamentales de Schwartz

Valeurs progressistes	Valeurs conservatrices
Ouverture au changement	Conservation
Auto-transcendance	Renforcement personnel

Cette catégorisation nous sert uniquement de guide, de point de départ pour notre future analyse des valeurs, puisque, comme nous le verrons au chapitre présentant notre méthodologie, notre recherche s’inscrit dans une approche inductive, alors les valeurs des politiciennes progressistes ne seront pas préalablement établies, mais se révéleront à nous au fur de l’analyse.

Enfin, outre l’analyse des valeurs présentes dans les discours, nous nous intéressons également à la manière dont celles-ci sont « mise[s] en discours » (Turbide et Maxwell, 2020), comment elles sont communiquées. Une valeur peut effectivement être nommée explicitement, mais parfois, et plus souvent que pas, les valeurs sont davantage schématisées, implicites dans le discours (*ibid.*). Il y a donc un travail d’interprétation nécessaire pour d’abord comprendre quelles sont les valeurs communiquées, mais également pour identifier les stratégies discursives qui sont mobilisées pour venir justifier, argumenter, voire vanter une valeur au sein d’un discours. Par exemple, afin de mettre l’accent sur une valeur, une politicienne pourrait déprécier une autre valeur, et ce, dans une logique de hiérarchisation, priorisant ainsi sa propre « échelle » de valeurs (*ibid.*). Une politicienne pourrait également faire appel à des valeurs partagées au sein de la société ou d’un groupe social précis pour solliciter un sentiment d’appartenance, ou pour y associer une nouvelle valeur même (*ibid.*). Bref, dans le cadre de ce mémoire, nous porterons attention à la manière dont sont communiquées des valeurs, de manière implicite ou explicite, ainsi qu’aux arguments qui accompagnent ces valeurs, au co-texte (*ibid.*), c’est-à-dire comment elles sont justifiées et articulées, à quoi elles font références, etc.

Cette mise en discours des valeurs est d’ailleurs pertinente, puisque selon le contexte socio-politique et communicationnel dans lequel s’inscrit notre recherche, le simple de fait de valoriser un enjeu, de se positionner socialement, de mentionner son accord ou désaccord face à quelque chose ne suffit potentiellement pas pour susciter de l’adhésion. Considérant les tensions identitaires et le déplacement

vers les pôles plus extrémistes des partis politiques, il est pertinent, selon nous, d'analyser comment sont *justifiées* des valeurs, autrement dit, quelles sont les tactiques de persuasion qui sont mobilisées pour promouvoir des valeurs progressistes. À partir de ces observations, nous serons donc en mesure d'identifier, d'abord quelles sont les valeurs progressistes, mais également comment celles-ci sont susceptible de contribuer à un sentiment d'appartenance envers une identité progressiste, plus large.

## 2.3 Les identités

Tout comme les valeurs, l'identité est un concept qui découle d'une socialisation, et est, pour une large part, construite en discours (voir Bucholtz et Hall, 2005; Charaudeau, 2005; Coretti et Pica, 2015; Hitlin, 2003; Tarrow, 1998; Vincent, 2001). Comme l'affirme Vincent (2001), « [l]e discours devient identitaire lorsque la situation conduit un des interlocuteurs à se définir socialement » face à quelqu'un ou quelque chose (p.190). Plus précisément, deux types d'identités distinctes, mais interreliées, peuvent être identifiées, soit l'identité collective et l'identité individuelle. Dans sa thèse, Bernard-Barbeau (2009) définit l'identité individuelle comme étant celle qui se construit par rapport à son environnement et par l'interaction, c'est-à-dire, qu'elle se construit via l'identification ou la différenciation face à quelqu'un ou quelque chose. Similairement, le processus de construction d'une identité collective se fait lui aussi, par l'interaction, le renforcement ou la différenciation, mais agirait à un autre niveau, culturel, ethnique et national même (*ibid.*). Selon Bernard-Barbeau, ces deux identités ne sont pas statiques, immuables, cependant, l'identité collective bougerait à un rythme plus lent que l'identité individuelle, cette dernière, évoluant et changeant plus rapidement et fréquemment. Aux points 2.3.1 et 2.3.2 nous développerons plus en détail les spécificités de ces deux identités.

### 2.3.1 Identité collective

Pour débiter, Coretti et Pica (2015) définissent l'identité collective comme n'étant pas une finalité, mais bien comme un processus évolutif, non fixe et toujours en construction :

l'identité collective n'est pas une « chose », mais plutôt un « système de relations et de représentations ». Elle n'est pas la « réalité » elle-même, mais plutôt un outil analytique à

travers lequel il est possible de comprendre la réalité. Elle est vécue comme une « action » plutôt que comme une « situation »<sup>41</sup> (p.952).

C'est donc via des interactions, des débats et des discussions, tous des éléments fondateurs du processus de construction identitaire, que les acteurs d'un groupe s'influencent, négocient et prennent des décisions (*ibid.*). Comme nous l'avons vu à la section précédente, les valeurs sont des éléments fondateurs de l'identité, en ce sens, l'identité collective est construite autour d'un « degré d'accord [ou de désaccord] au sein d'un groupe » (p.953). En effet, l'identité collective se construit en quelque sorte autour des valeurs partagées et d'enjeux supportés ou au contraire, se construit à partir du consensus des membres d'un groupe<sup>42</sup> face à quelque chose auquel ils n'appartiennent *pas*. On note que la contestation peut effectivement agir comme un outil unificateur au sein d'un groupe, mais que le ralliement et l'identification à quelque chose peuvent, eux aussi, renchérir le processus de construction d'une identité collective (*ibid.*). Ce processus revient à « faire et à défaire des groupes » (Bourdieu, [1982] 2001, p.283) et donc, s'inscrit à « l'intérieur de luttes pour s'approprier le pouvoir » (Turbide et al., 2008, p.92). En se définissant d'une manière x, on stipule dans le même mouvement, sur le mode implicite, que l'on *n'est pas* y ou z. Par exemple, en se définissant comme une démocrate *progressiste*, une politicienne se différencie et potentiellement, se distance d'une autre politicienne qui porte uniquement le chapeau de démocrate.

De ce fait, si on rappelle le contexte social, politique et communicationnel des États-Unis, qui est marqué par un fossé grandissant entre deux pôles, c'est-à-dire, par des désaccords fondamentaux entre deux « camps », il est pertinent d'analyser comment est communiquée une identité au sein d'un groupe, et surtout, quelle est l'influence du contexte sur l'identité elle-même. Bref, tout comme la polarisation, le processus de consolidation d'une identité collective est un processus internalisé, qui se négocie chez les individus et les membres d'un groupe social et qui agit tant au niveau symbolique, cognitif qu'émotionnel (Coretti et Pica, 2015). En somme, une identité collective est construite et constamment (re)définie par ses membres, et ce, sur une longue période de temps (*ibid.*). Le sentiment d'appartenance à un groupe

---

<sup>41</sup> Traduction libre.

<sup>42</sup> Inspirés des travaux de Taylor et Whittier (1992), Coretti et Pica (2015) définissent un groupe social comme ayant des intérêts, des valeurs et des expériences communs et comme ayant un certain niveau de solidarité entre les membres.

peut donc varier selon le contexte et selon des variables personnelles qui découlent de l'identité plutôt individuelle.

### 2.3.2 Identité individuelle

Tout comme l'identité collective, l'identité individuelle est, dans son sens large, un processus de positionnement social entre soi et autrui (Bucholtz et Hall, 2005). Partant de cette conception, une personne pourrait partager une identité collective avec un membre d'un même groupe social tout en ayant une identité individuelle différente. Tel que mentionné précédemment, le processus de construction de ces identités est très similaire, c'est-à-dire qu'il se manifeste par des procédés communicationnels, interactionnels et sociaux. Cela dit, l'identité individuelle peut reposer sur des facteurs sociodémographiques plus larges tels que le genre, l'âge, la classe sociale et l'ethnicité ou la race, sans y être limitée (*ibid.*). En ce sens, Bucholtz et Hall ont développé une approche qu'ils ont nommée *l'approche interactionnelle de l'identité*, et qui met l'accent sur la manière dont l'identité est co-construite dans les interactions sociales, en particulier à travers le langage. Ils examinent comment les individus négocient et présentent différentes facettes de leur identité en fonction du contexte et des interlocuteurs. Cette approche met en lumière le caractère dynamique et situé de l'identité, mettant en avant le rôle central des interactions quotidiennes dans sa construction et sa performance. Cette approche, centrale à notre recherche, peut être définie selon 5 grands principes, soit selon le principe d'émergence, le principe de positionnement, le principe d'indexicalité, le principe de partialité et le principe de relationnalité.

#### 2.3.2.1 Principe d'émergence

Le premier principe, le principe *d'émergence*, souligne le fait que l'identité émerge à travers les interactions sociales. Elle n'est pas prédéterminée ou fixe, mais plutôt construite et négociée au fil des interactions avec les autres. Les aspects de l'identité se manifestent et se développent dans des contextes spécifiques et à travers des pratiques discursives. Pour illustrer ce principe, Bucholtz et Hall donnent l'exemple des identités trans ou des identités ethniques, raciales ou nationales :

Si la nature émergente de l'identité est particulièrement frappante dans les cas où un locuteur biologiquement masculin utilise des pronoms féminins ou un locuteur phénotypiquement classé comme non noir utilise l'anglais afro-américain [AVAE<sup>43</sup>], l'identité est donc

---

<sup>43</sup> L'AVAE, ou l'anglais vernaculaire afro-américain est une variété de la langue anglaise, dont l'origine est encore aujourd'hui débattue, mais qui semble être tirée de la créolisation de la langue anglaise, et qui est plus largement

discursivement produite même dans les situations les plus banales et les plus anodines (*ibid.*)<sup>44</sup>.

Plus encore, ce principe est discursif et peut être identifié par l'utilisation de marqueurs d'autodésignation (pronoms, adjectifs, etc.) et d'expressions idiomatiques. Par exemple l'expression « keep it real »<sup>45</sup>, pourrait être significatif d'une identité jeune ou même urbaine, et donc, serait indicatif d'une construction ou d'un positionnement identitaire discursif.

#### 2.3.2.2 Principe de positionnement

Dans le second principe, celui de *positionnement*, les individus sont positionnés à la fois par eux-mêmes et par les autres dans les interactions sociales. Ils occupent des positions subjectives qui sont influencées par les normes sociales, les attentes culturelles et les dynamiques de pouvoir. Les locuteurs sont actifs dans la construction de leur propre positionnement tout en étant également influencés par les discours et les actions des autres. Par exemple, en lien avec le positionnement physique, local et culturel (tiré du champ de l'ethnographie), une femme ayant grandi dans un quartier peuplé d'un centre métropolitain risque d'avoir une identité personnelle différente d'une femme ayant été élevée en campagne. De plus, la position qu'occupe une personne au sein même d'une interaction est temporaire et de ce fait, influencera la manière dont sera produite et perçue une identité. En effet, quelqu'un dans une position de pouvoir ou un contraire, quelqu'un qui occupe une position subalterne risque de se présenter de manières différentes selon le contexte, l'environnement et les autres personnes présentes. Ce principe nous permettra de se faire d'interpréter l'identité personnelle de politiciennes selon les catégories sociodémographiques auxquelles elles appartiennent tout en prenant en compte le contexte, à la fois historique, physique et relationnel de la situation de communication.

#### 2.3.2.3 Principe d'indexicalité

Le troisième principe, le principe d'*indexicalité* (ou indexabilité<sup>46</sup>), souligne que les pratiques langagières sont indexables, c'est-à-dire qu'elles sont chargées de significations sociales et culturelles qui pointent vers

---

parlé dans les communautés noires des États-Unis (Sidnell, 2023). L'AVAE est d'ailleurs reconnue pour son vocabulaire, ses items lexicaux et ses structures grammaticales uniques et propres aux communautés qui le parle.

<sup>44</sup> Traduction libre.

<sup>45</sup> *Keep it real* se traduit littéralement à « reste vrai », mais pourrait également signifier « garde les pieds sur terre » ou même être utilisé comme une marque de salutation, « continue comme ça ».

<sup>46</sup> Principe traduit de l'anglais « indexicality ».

des identités spécifiques. Les choix linguistiques, tels que le vocabulaire, l'accent, le style et la syntaxe, fonctionnent comme des indices qui renvoient à des catégories identitaires et sociales. Bucholtz et Hall parlent ici d'implicatures, de présuppositions et de connotations qui occupent, dans une situation de communication, le rôle de marqueurs identitaires :

les lesbiennes et les gays qui craignent des représailles pour avoir affiché ouvertement leur identité sexuelle peuvent utiliser des implicatures (telles que des références non genrées aux amants<sup>47</sup>) pour transmettre cette information à des auditeurs attentifs tout en excluant les membres éventuellement hostiles d'un groupe extérieur. La capacité à interpréter de telles implicatures est d'ailleurs reconnue dans les communautés gaies et lesbiennes par un terme spécial : le *gaydar*.

À l'aide de ce principe, nous serons en mesure d'identifier des traces de l'identité personnelle des politiciennes progressistes, aussi subtiles soient-elles, et ce, grâce à un niveau d'analyse approfondie et une connaissance de l'environnement progressiste, nous outillant du même coup à cibler ces marques discursives.

#### 2.3.2.4 Principe de relationnalité

Par la suite, le quatrième principe, le principe de *relationnalité*, soutient que l'identité est relationnelle, c'est-à-dire, qu'elle est définie en relation avec les autres. Les individus construisent et positionnent leurs identités par rapport à leurs interlocuteurs, en tenant compte de leurs identités, de leurs rôles sociaux et des dynamiques de pouvoir qui existent entre eux. Les interactions sociales sont donc fondamentales pour la construction et la performance de l'identité. Plus précisément, ces relations passent par l'adéquation (reconnaissance et positionnement en faveur d'une identité similaire ou identique) ou la distinction (reconnaissance et positionnement en défaveur d'une identité alterne ou contraire). En d'autres mots, « l'adéquation repose sur la suppression des différences sociales susceptibles de perturber une représentation homogène de la similitude, [et] la distinction dépend de la suppression des similitudes susceptibles de saper la construction de la différence »<sup>48</sup> (p.600).

Ce principe sera d'ailleurs central tout au long de notre analyse, puisqu'il vient faire écho aux tensions au sein de la société américaine qui sont favorisées par le moyen de distinctions entre soi et autrui. Il sera

---

<sup>47</sup> On peut penser par exemple à l'utilisation du termes *partenaire* au lieu de mon mari/copain.

<sup>48</sup> Traduction libre.

donc intéressant d'observer quel « axe de relation » (adéquation ou distinction) est priorisé par les politiciennes progressistes. Il sera tout autant pertinent d'observer avec qui les progressistes s'alignent et se mettent en adéquation, comme avec qui elles se distinguent, s'éloignent. Tous ces éléments contribueront à définir l'identité progressiste et à observer l'influence de la polarisation, du climat de tension sur ce processus de construction identitaire.

#### 2.3.2.5 Principe de partialité

Enfin, le cinquième et dernier principe, celui de *partialité* (à la fois partial et partiel<sup>49</sup>), découle plutôt de concepts méthodologiques, mais sera abordé très brièvement dans cette section pour des raisons de continuité, avant d'être repris dans notre prochain chapitre, le cadre méthodologique. En bref, le principe de partialité vient imposer une prise de conscience, soit que les représentations de la culture et de l'identité sont nécessairement des « comptes rendus partiels » nécessitant un engagement éthique, de la part des chercheur-euses, à « reconnaître le caractère situé et partiel de toute prétention à la connaissance »<sup>50</sup> (*ibid.*). En effet, les individus ne révèlent qu'une partie de leur identité dans une interaction donnée. Ils sélectionnent et mettent de l'avant certains aspects de leur identité tout en masquant ou en minimisant d'autres aspects, en fonction du contexte, des normes sociales et de leurs objectifs communicationnels. L'identité est donc toujours présentée de manière sélective et contextuelle. En somme, ce principe et tous ceux présentés ci-haut placent l'identité comme étant constituée par le contexte, s'affirmant elle-même comme un récit partiel : « parce que l'identité est intrinsèquement relationnelle, elle sera toujours partielle, produite par des configurations de soi et d'autrui, contextuellement située et idéologiquement informée » (*ibid.*).

Pour conclure, nous pouvons maintenant soutenir que l'identité, qu'elle soit individuelle ou collective, se construit de deux principales façons : par l'affirmation de soi et par les relations établies avec autrui. Dans un premier temps, des politiciennes peuvent « affirmer » leur identité, la décrire et la situer en fonction de leur vécu, de leurs expériences. L'identité peut donc être décrite, faisant référence à la valeur locutoire du discours, soit la valeur juste et littérale des mots utilisés. Puis, dans un deuxième temps, une politicienne pourrait définir son identité en la situant par rapport à d'autres identités avec lesquelles elle s'associe (adéquation) ou se différencie (distinction). Ce type de construction identitaire dit relationnel

---

<sup>49</sup> Principe traduit de l'anglais « partialness ».

<sup>50</sup> Traduction libre.

vient, pour sa part, mobiliser les valeurs davantage illocutoire et perlocutoire du discours, puisqu'il soulève une intention et une potentielle réaction (d'assimilation ou de différenciation). Cela étant dit, le contexte est primordial. Si nous prenons l'exemple de la phrase « mais je suis une femme », selon un contexte, elle pourrait solliciter la valeur locutoire du discours et donc une construction identitaire d'affirmation de soi, mais pourrait également s'inscrire dans une logique de rejet d'une identité masculine, venant se distinguer d'une identité autre. Dans tous les cas, il sera intéressant de voir comment les stratégies discursives mises de l'avant par les politiciennes progressistes permettent de définir leurs identités, mais également de mettre en lumière elles interagissent avec d'autres groupes, luttes sociales, mouvements et acteurs politiques aux États-Unis.

#### 2.4 Questions spécifiques de recherche

À l'aide de ce cadre théorique, il est maintenant possible d'affirmer que notre recherche s'inscrit dans une approche discursive, constructiviste et interactionnelle, tout en s'inspirant des travaux féministes. Partant des concepts qui ont été développés, nous désirons poser ces deux questions spécifiques suivantes afin de circonscrire et d'aiguiser notre analyse :

- *QS1 : considérant que l'identité se construit de deux manières, soit par l'affirmation de soi, soit par les relations établies avec les autres (suivant une logique d'adéquation ou de distinction), quelles sont les stratégies discursives mobilisées par AOC pour construire son identité, tant individuelle que collective ?*
- *QS2 : quelles sont les principales valeurs mobilisées dans les discours politiques progressistes aux États-Unis et par quelles stratégies discursives ces valeurs sont-elles mises de l'avant ?*

## CHAPITRE 3

### CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Tout au long de ce troisième chapitre, nous présenterons notre méthodologie, c'est-à-dire, les outils qui nous permettront de répondre à nos trois questions de recherche (QG, QS1 et QS2). Pour ce faire, nous présenterons les deux piliers de notre approche méthodologique, soit une approche qualitative et critique, notre méthode de recherche, soit l'étude de cas, ainsi que notre méthode d'analyse, soit l'analyse critique du discours. À la fin de ce chapitre, nous aurons délimité l'entièreté de notre recherche et circonscrit notre analyse et pourrons enfin procéder, au prochain chapitre, à la présentation des résultats.

#### 3.1 Approche méthodologique

Tout d'abord, notre recherche s'inscrit dans une approche méthodologique qualitative, c'est-à-dire que nous priorisons une posture d'observation dans le but de mieux comprendre et de saisir l'ampleur du phénomène étudié (Bonneville *et al.*, 2007), soit les discours de politiciennes progressistes. Motivée par la complexité et la nature dialogique de notre objet de recherche, notre analyse cherche à faire sens des discours et des stratégies et des actions discursives mobilisées, et ce, selon une perspective critique, voire sociocritique (Anadón, 2006). D'ailleurs, tel que mentionné préalablement, notre recherche s'inscrit dans une perspective constructiviste, soit une épistémologie ancrée dans les approches qualitatives. De ce fait, ces lunettes constructivistes nous permettront d'émettre des constats fiables et représentatifs de la situation que nous analysons, tout en plaçant les politiciennes comme étant des agentes contribuant à la construction de la réalité (Albert et Avenier, 2011). Enfin, l'interprétation des résultats sera portée par la caractère situé de notre recherche, soit le contexte des discours analysés, ce qui est un élément central du constructivisme (*ibid.*).

Par la suite, le deuxième pilier méthodologique de notre recherche est une approche méthodologique critique, qui fait notamment écho aux enjeux intersectionnels de genre, race et classe qui ont été évoqués tout au long de ce mémoire (Lazar, 2018). En s'inspirant des travaux féministes<sup>51</sup>, notre recherche vise à

---

<sup>51</sup> Les enjeux de genre sont omniprésents tant dans notre problématique que dans les discours qui ont été analysés dans le cadre de ce mémoire, cela dit, considérant que la dimension du genre ne constitue pas l'axe *majeur* de

comprendre comment l'identité progressiste se construit au fil des discours, et pour ce faire, il est essentiel de prendre en considération le contexte de domination et d'inégalités sociales et systémiques au sein duquel évoluent les prises de paroles analysées. Nous nous inspirerons d'ailleurs de Martin et Wodak (2003, p.6) qui définissent *la posture critique* comme « une distance par rapport aux données, un ancrage des données dans le social, une prise de position politique explicite et une focalisation sur l'autoréflexion en tant qu'universitaire effectuant des recherches ». Ce positionnement méthodologique nous permettra donc d'interpréter les données selon le contexte et de repérer les liens entre discours et rapports de pouvoir à l'œuvre. Puis, une approche critique permettra de mieux comprendre, dans un premier lieu, la manière dont se construit une identité progressiste plurielle autour d'enjeux comme le genre, l'âge, la race ou l'ethnicité, la classe sociale ou le niveau d'éducation, etc., et, dans un deuxième lieu, nous permettra de mieux situer notre recherche par rapport au contexte, tout en remettant en question nos jugements ou nos biais conscients et inconscients qui influencent la manière dont seront interprétés les discours des politiciennes (Crenshaw et al., 2013). Par ailleurs, cette approche nous permettra de monter une grille d'analyse pertinente pour identifier les marqueurs discursifs de rejet de l'oppression ou du statu quo par exemple, tout comme des marques d'*empowerment* (*ibid.*).

En somme, une approche méthodologique qualitative et critique favorisera la prise en compte du caractère interactif et situé de notre recherche, ainsi que les biais parfois patriarcaux et blancs que nous pouvons reproduire inconsciemment.

### 3.2 Méthode de recherche : l'étude de cas

Par la suite, puisque notre objet de recherche, les discours de politiciennes progressistes, est, en soi, très large et complexe, nous avons choisi d'effectuer une étude de cas. Cette méthode de recherche est fréquemment utilisée dans le champ des études qualitatives et se caractérise par « une description en profondeur d'un phénomène et par une analyse qui tente de mettre en relation l'individuel et le social » (Anadón, 2006, p.22). Il s'agit effectivement d'une démarche interprétative « sensible au caractère

---

l'analyse, nous ne revendiquons pas une méthodologie féministe. Pour ne pas affaiblir la qualité et la profondeur de notre analyse, qui se veut somme toute exploratoire des divers thèmes et enjeux mobilisés par les politiciennes progressistes, nous avons choisi de plutôt prioriser une approche critique de façon à ne pas écarter certains éléments sortant des dynamiques et des enjeux reliés uniquement au genre.

humain » et complexe d'un objet de recherche et qui est, avant tout, inductive, dans la manière où elle part de l'observation de terrain et permet au chercheur-euse d'« élaborer des liens entre les propriétés du cas, des catégories et des hypothèses interprétatives », et ce, à l'aide d'un raisonnement inductif (p.23). Dans le cadre de notre mémoire, nous établirons donc des liens entre notre étude de cas, à savoir les discours politiques d'Alexandria Ocasio-Cortez (AOC), et les discours politiques progressistes en général. Nous avons, de ce fait, adopté une approche hybride pour la construction de nos grilles d'analyse (présentées à la section 3.5), en définissant préalablement des catégories analytiques (déductive) dont la pertinence sera évaluée, modifiée et validée tout au long de la codification (inductive).

Nous avons choisi d'étudier d'AOC (et ses prises de parole) en raison de sa pertinence au sein du mouvement progressiste aux États-Unis et en raison de ses talents notoires d'oratrice (Alter, 2019). Depuis son élection à la Chambre des représentants en 2018 (pour le 14<sup>e</sup> district de New York; Bronx et Queens), AOC occupe un rôle central tant sur la scène médiatique, politique que publique aux États-Unis, et ce, grâce à son éloquence, ses idées et son *star power* (*ibid.*). Malgré son jeune âge, elle est considérée par plusieurs comme une icône moderne de la politique américaine et s'inscrit dans l'imaginaire d'un grand nombre comme étant la représentante du mouvement progressiste, du moins, au sein de la Chambre des représentants (*ibid.*). Cependant, tel qu'évoqué précédemment (introduction et chapitre 1.3.1), seulement en raison de son identité (jeune femme de couleur), elle s'inscrit en faux avec le statu quo et les normes de l'institution politique. Il est donc pertinent d'étudier les stratégies discursives d'AOC puisque cette dernière encapsule, non seulement l'essence progressiste états-unienne, mais également la lutte contre les embuches systémiques, sociales et idéologiques (sexistes, racistes, classistes) qui freinent la participation politique et l'élection de nombreuses femmes de couleur au Congrès.

### 3.3 Méthode d'analyse : l'analyse critique du discours

Ensuite, pour répondre adéquatement à notre question générale et nos sous-questions spécifiques de recherche, nous effectuerons une analyse de discours (AD), plus précisément une analyse critique du discours. Cela dit, avant de définir cette dernière, définissons l'AD dont elle constitue le prolongement et qui se caractérise par l'étude du sens et des paramètres d'une prise de parole, telle que la structure du discours, les caractéristiques de l'orateur (qui parle) et de l'auditoire (qui est adressé), le contexte

(situation de communication), etc., et donc, par l'étude du discours dans sa totalité (Turbide et Duval, 2022). L'AD peut d'ailleurs être comprise selon les quatre principes méthodologiques suivants :

1. D'abord et avant tout, l'AD est **située**, c'est-à-dire que l'analyse et l'interprétation des corpus sont informées par le contexte sociohistorique et par la situation de communication (Turbide, 2009). Puisque le discours s'exprime et se coconstruit dans une situation donnée (Turbide et Duval, 2002), une bonne connaissance des conditions environnantes de la prise de parole est nécessaire à une analyse adéquate.
2. Par la suite, l'AD repose sur un principe d'interprétation selon lequel il est attendu de l'analyste qu'il propose des hypothèses sur la façon dont est interprétée le discours par les participants à la situation de communication, et ce, à partir des outils analytiques développés en sciences du langage, en sociologie, en ethnométhodologie, en anthropologie (Turbide, 2009). Il est donc essentiel de reconnaître notre position et notre posture interprétative en tant que chercheur·euse.
3. Ensuite, l'AD reconnaît le travail d'interaction en continu qui se fait entre la personne locutrice et son interlocuteur ou auditoire, c'est-à-dire, que l'AD place le discours comme étant toujours en **co-construction** (*ibid.*), rappelant, encore, l'importance d'avoir un regard global sur la situation de communication. Sans quoi le texte, les mots risquent de ne pas être compris dans leur plein sens.
4. Et enfin, l'AD repose aussi sur le principe méthodologique d'**atomisation**, qui lui, voit le discours comme ayant de multiples strates, couches (textuelle, énonciative, argumentative, interactionnelle, etc.), qui individuellement, n'offrent qu'un aperçu sur le sens et l'intention du discours (*ibid.*). Ce n'est qu'en triangulant l'analyse de ces différentes strates qu'un portrait beaucoup plus riche et dense du discours et du sens qui y est construit peut être proposé.

Tel que mentionné lors de la présentation du cinquième principe de l'approche interactionnelle de l'identité de Bucholtz et Hall (2005), à la section 2.3.2, notre analyse de discours s'inscrit dans une « volonté analytique de représenter les formes de vie sociale comme étant cohérentes en elles-mêmes » (p.605), c'est-à-dire, que nous sommes conscients du caractère situé, relationnel et partiel de notre analyse de discours. Les valeurs, les identités, tout comme le discours, sont constitués par leur contexte et c'est dans cette perspective que nous appliquerons notre méthode d'analyse.

En lien avec l'approche critique adoptée, dans le cadre de notre mémoire, nous mobiliserons les principes proposés à l'aune de l'analyse *critique* du discours (ACD). Cette méthode d'analyse peut être brièvement

décrite comme étant l'étude de la relation entre discours, pouvoir, idéologie et identité (Kanwal et Maldonado Garcia, 2019). Il s'agit effectivement d'une branche de l'AD qui se veut relationnelle, et donc, qui favorise l'approfondissement des différents niveaux de relations, tous socialement construits, de pouvoir qui s'imbriquent dans le discours (Fairclough, 2013). En d'autres mots, on peut décrire l'ACD comme une méthode et un « mouvement qui cherche[nt] à éveiller une conscience critique sur les dimensions discursives des problèmes sociaux » (Lazar, 2018, p.372). L'ACD permet de ce fait de concevoir le discours comme un processus essentiellement social, lié à l'histoire, c'est-à-dire au contexte (Kanwal et Maldonado Garcia, 2019). De plus, Fairclough et Wodak (1997), deux pionnières de l'ACD, la définissent selon ces quelques principes fondateurs :

1. L'ACD traite de problèmes sociaux
2. Les relations de pouvoirs sont discursives
3. L'histoire et la culture sont intrinsèques au discours, et vice versa
4. Le lien entre discours et société est médiatisé
5. L'analyse de discours est un processus interprétatif et explicatif
6. Le discours est une forme d'action sociale

Plus encore, selon Wodak (1999), l'aspect *critique* de l'ACD place le discours comme étant un processus de transformation sociale, et donc, à l'aide de cette méthode, nous allons être en mesure de penser le discours comme ayant un pouvoir symbolique et comme étant un outil important dans le processus de construction identitaire. D'ailleurs, puisque les dynamiques de pouvoir, souvent contestées dans les discours progressistes, ne sont pas tout le temps explicitement mentionnées, cette posture d'analyse critique nous permettra d'interpréter le discours, et ce, selon ce qui est suggéré sur le mode implicite. Cette méthode nous permettra également de faire des hypothèses quant à l'interprétation que ce se font les publics d'un discours, ce qu'ils perçoivent ou retiennent d'une prise de parole, toujours en fonction des dynamiques et relations de pouvoir imbriquées, et du contexte, qui rappelons-le, en est un de crise sociale, politique et communicationnelle, soit un contexte dans lequel s'exerce bien l'ACD (Fairclough, 2013). Enfin, cette dernière offre un cadre pertinent pour remettre en question nos biais, en tant que chercheur, qui peuvent parfois teinter l'analyse qu'on fait d'un discours. En somme, sans cette méthode, nous n'aurions potentiellement pas les outils analytiques pour interpréter les discours avec justesse, le sens parfois « caché » derrière un mot ou une phrase, ni pour comprendre la posture qu'adoptera AOC lors de ses prises de parole. En effet, grâce à une connaissance accrue des contextes socio-politique et culturels dans

lesquels les discours sont prononcés, nous allons pouvoir situer les prises de parole et comprendre comment AOC se conforme ou au contraire, adopte une posture contestataire à l'égard l'institution politique, par exemple.

### 3.4 Le corpus

Pour déterminer les discours qui allaient constituer notre corpus, nous avons d'abord procédé à la vigie de la chaîne YouTube d'AOC (@aoc<sup>52</sup>). Donc, du 1<sup>er</sup> au 15 août 2023, nous avons effectué un pré-terrain ainsi qu'une analyse préliminaire des discours politiques de la politicienne, ce qui nous permet d'identifier les principales thématiques abordées et les structures typiques de discours. Cet exercice nous a d'ailleurs permis de constater qu'AOC est extrêmement prolifique en termes de discours politiques, et donc, que nous devons restreindre considérablement notre échantillon de manière à récolter un nombre raisonnable de discours pour notre ACD. Deux périodes particulièrement riches (en discours et en construction identitaire) ont d'ailleurs attiré notre attention : son premier mandat (2018-2020) et son deuxième mandat (2020-2022). La première période est définitoire dans son parcours, couvrant sa première campagne électorale, ses premières élections et ses débuts en tant qu'élue et la deuxième est marquée par de nombreux événements, notamment l'assaut du Capitole des États-Unis, incitant de nombreuses prises de parole et de prises de position. Cependant, en raison de la richesse des discours de ces deux périodes et du contexte changeant entre elles, nous avons finalement décidé de nous concentrer sur un seul de ses mandats, soit son premier (116<sup>e</sup> Congrès des États-Unis). Cette période, déterminante pour AOC, offre donc un corpus riche en termes de construction identitaire, de positionnement, d'autodésignation et de réitération de valeurs dans ses discours, en raison, notamment, des attentes associées à une première campagne électorale : s'affirmer, marquer l'esprit du public, gagner leur intérêt et leur soutien, tout en présentant sa plateforme électorale et ses projets politiques.

À la suite de notre analyse préliminaire, nous avons procédé à la collecte des discours qui répondent aux quelques critères de sélection suivants :

---

<sup>52</sup> Peut être consulté à l'adresse suivante : [www.youtube.com/@AOC](https://www.youtube.com/@AOC).

1. Le discours doit être politique, c'est-à-dire, qu'il est porté par un acteur politique (AOC), qu'il est motivé par une action politique ou qu'il aborde ou traite d'enjeux de pouvoir<sup>53</sup>;
2. Le discours doit être identitaire<sup>54</sup>;
3. Le discours doit avoir été publié (directement ou postérieurement) sur YouTube, de manière à ce qu'il ait eu un minimum de circulation au sein de l'espace public.
4. Le discours doit avoir été prononcé entre le 30 mai 2018 et le 3 janvier 2021, inclusivement;
5. Le format du discours doit répondre à celui d'une allocution, c'est-à-dire, que le discours s'inscrit comme « une activité de communication formelle [...], à visée persuasive, à l'adresse d'un auditoire plus ou moins précis qui peut être absent ou présent et qui est produit par un orateur à l'occasion d'un événement ou qui peut constituer lui-même un événement » (Turbide, 2018, p.197).
6. La qualité sonore<sup>55</sup> de la vidéo est adéquate et permet la transcription du discours, le discours (la voix) n'est pas entrecoupé ou édité et enfin, le discours est disponible en accès libre.

Au regard de ces critères de sélection, 10 discours se sont démarqués pour leur pertinence (thématiques et politiques publiques abordées ou défendues) et leur potentiel d'analyse (mise en discours des valeurs et construction identitaire). Voici, assez brièvement, une présentation des discours qui ont été sélectionnés et qui constituent notre corpus.

---

<sup>53</sup> Selon la définition de Charaudeau (2005; 2008) présentée à la section 2.1.1.3 du cadre théorique.

<sup>54</sup> Selon la définition de Vincent (2001) présentée à la section 2.3 du cadre théorique, ce qui implique également que le discours présente des valeurs, celles-ci étant centrales au processus de construction identitaire.

<sup>55</sup> Puisque nous n'effectuons pas une analyse multimodale, la qualité visuelle de la vidéo ne sera pas pris en compte lors de la cueillette de données.

Tableau 3.1 le corpus

N°	Durée du discours analysé	Date	Contexte et information générale du discours	Pertinence à l'analyse (Choix des discours d'AOC)
1	2m14s	30 mai 2018	<i>The Courage to Change</i> – <a href="#">Vidéo</a> officielle de campagne électorale dans le cadre des élections de mi-mandat de 2018.	Ce discours présente sa plateforme électorale, les raisons de son implication en politique et les éléments fondateurs de son identité.
2	4m13s	19 janvier 2019	<a href="#">Discours</a> prononcé lors de la <i>Women march</i> à New York.	Ce discours aborde le féminisme et plusieurs luttes de pouvoir coexistant au sein de l'espace public et politique.
3	17m10s	16 février 2019	<a href="#">Discours</a> d'inauguration à la suite de son élection, prononcé dans le Bronx.	Ce discours aborde les priorités politiques d'AOC pour son premier mandat.
4	15m30s	24 avril 2019	<a href="#">Discours</a> prononcé au John Jay College, une école de justice criminelle de New York.	Ce discours adresse les défis à surmonter pour avoir du succès en politique, ce qui doit être fait à tous les niveaux (politique, participation citoyenne, etc.).
5	15m36s	14 mai 2019	<a href="#">Discours</a> prononcé lors d'un événement organisé par <i>Sunrise Movement</i> .	Ce discours aborde son projet Green New Deal.
6	2m15s	13 septembre 2019	<a href="#">Vidéo</a> de soutien de la candidature d'Ed Markey.	Ce discours valorise la place qu'occupe Ed Markey au sein du mouvement progressiste.
7	15m15s	11 octobre 2019	<a href="#">Discours</a> prononcé lors d'une conférence organisée par C40.	Ce discours aborde le rôle qu'occupent les décideurs publics dans la lutte contre les changements climatiques.
8	23m55s	9 novembre 2019	<a href="#">Discours</a> prononcé lors d'un rallye présidentiel	Ce discours aborde plusieurs enjeux (environnement, économie, santé,

			tenu par Bernie Sanders à Corallville, en Iowa.	etc.) et parle de changement, de révolution.
9	1m42s	18 août 2020	<a href="#">Vidéo</a> de soutien de la candidature de Bernie Sanders à la présidence des États-Unis.	Ce vidéo aborde plusieurs enjeux progressistes au cœur des politiques publiques avancées par Bernie Sanders.
10	4m51	11 décembre 2020	<i>2 years in 2 minutes</i> – <a href="#">Vidéo</a> récapitulative des accomplissements des deux dernières années.	Ce discours aborde tous les accomplissements, toutes les réussites pour le mouvement progressiste.
<b>Total</b>	1h42m41s			

### 3.4.1 Transcription des discours

Les dix discours présentés ci-dessus ont, par la suite, été transcrits manuellement et mis en page de manière à faciliter la navigation au sein de ceux-ci (numéros de ligne, chevauchements, etc.)<sup>56</sup>. La transcription a enfin été effectuée en fonction de la convention de transcription présentée ci-après, qui elle, est inspirée de Grobet (2002).

Tableau 3.2 la convention de transcription

<b>Symbole</b>	<b>Interprétation</b>
[	Chevauchements
((abc))	Commentaires de l'analyste
(abc)	Expressions inaudibles, mots incertains
[...]	Omission de certains passages
(x sec.)	Indication de la durée d'une pause

<sup>56</sup> La transcription complète du corpus peut d'ailleurs être consultée à l'Annexe A de ce présent mémoire.

.	Brève pause (moins d'une seconde), fin de phrase intonative
,	Brève pause (moins d'une seconde), intonation progressive
!	Intonation clairement exclamative
?	Intonation clairement interrogative
« abc »	Discours rapportés
Abc- ab-	Interruptions
Abc- abc- abc-	Répétition
a:bc ab:c abc:	Allongement de la voyelle qui précède
ABC	Volume de la voix augmenté
> abc <	Débit accéléré entre les chevrons

De plus, tous les discours ont été transcrits tels quels, soit dans la langue originale (anglais et espagnol) et en respectant les mots, les intonations, bref, le sens du discours, et ce, selon le *principe de respect et de fidélité à l'égard de la langue du conteur* de Pichette (2009). Dans les transcriptions, nous révélons exactement « tous les mots utilisés par le narrateur dans l'ordre même où ils se présentent à l'oral, soit la reproduction intégrale [du] vocabulaire et de [la] syntaxe » (p.225).

### 3.5 Grilles d'analyse

Avant de présenter les résultats de recherche, présentons maintenant les grilles à partir desquelles nous avons procédé à l'analyse, qui elle, a été effectuée directement sur les transcriptions (Annexe A) et à l'aide du logiciel de codification NVivo. Les trois grilles ci-dessous ont été construites à partir des concepts présentés au fil du cadre d'analyse (cadre théorique et cadre méthodologique) et viennent répondre à nos trois questions de recherche. D'ailleurs, puisque l'ACD nécessite une minutie et une attention aux détails, chacune des grilles suivantes a été appliquée l'une après l'autre, de façon à ne pas négliger aucune couche de l'analyse.

#### 3.5.1 Grille 1 – les informations sur le discours

La première grille nous a servis à identifier les informations contextuelles, qui comme nous l'avons vu précédemment, sont essentielles à la compréhension des discours. Les informations ont été récoltées directement dans les discours ou à la suite d'une recherche documentaire parallèle à l'analyse, par exemple, sur YouTube ou sur la base de données médiatiques Factiva.

Tableau 3.3 la grille 1 – les informations sur le discours

<b>Catégories</b>	<b>Observables</b>
1.1. Date	1.1.1. 2018 1.1.1.1. Mois de l'année 1.1.2. 2019 1.1.2.1. Mois de l'année 1.1.3. 2020 1.1.3.1. Mois de l'année 1.1.4. 2021 1.1.4.1. Mois de l'année
1.2. Lieu-x de production	1.2.1. Autre 1.2.2. Circonscription (New York, Bronx, Queens) 1.2.3. Lieu/événement partisan 1.2.4. Lieu/événement privé 1.2.5. Lieu/événement public 1.2.6. YouTube (allocution numérique)
1.3. Format <u>initial</u> du discours	1.3.1. Allocution devant un public

	1.3.2. Allocution numérique (filmée)
1.4. Public·s présent·s	1.4.1. Aucun 1.4.2. Autres 1.4.3. Activistes et militant·es 1.4.4. Électorat (circonscription) 1.4.5. Femmes 1.4.6. Jeunes et étudiant·es 1.4.7. Partisan·es 1.4.7.1. Partisan·nes démocrates 1.4.7.2. Partisan·nes socialistes démocrates (progressistes) 1.4.8. Politicien·nes 1.4.8.1. Politicien·nes démocrates 1.4.8.2. Politicien·nes (général) 1.4.8.3. Politicien·nes socialistes démocrates (progressistes) 1.4.9. Public général
1.5. Langues parlées	1.5.1. Anglais 1.5.2. Espagnol
1.6. Contexte émergent de la prise de parole	1.6.1. Information dans le texte

### 3.5.2 Grille 2 – les identités dans le discours

La seconde grille d'analyse, quant à elle, a précisément été élaborée de manière à répondre à notre QS1, c'est-à-dire, dans le but d'identifier les stratégies discursives de construction identitaire d'AOC. À la faveur du principe méthodologique d'atomisation du discours (Turbide, 2009) présenté à la section 3.3 de ce mémoire, lors de notre pré-terrain, nous avons repéré les principales couches ou dimensions du discours qui étaient proéminentes dans les prises de paroles d'AOC. Cinq dimensions sont alors ressorties, soit les dimensions sémantique, rhétorique, pragmatique, interactionnelle et référentielle. Voici d'ailleurs une brève présentation de chacune de ces dimensions selon le dictionnaire de l'analyse de discours (Charaudeau et Maingueneau, 2002) :

- **La dimension sémantique** : ancrée dans la linguistique, la sémantique cherche à comprendre le sens des mots au sein d'un discours, en incluant les implications contextuelles et culturelles liées au sens.
- **La dimension rhétorique** : la rhétorique englobe les stratégies discursives employées pour persuader, convaincre ou influencer. Elle inclut l'étude des figures de style, des arguments et des techniques de

persuasion, bref, les moyens d'expression utilisés pour structurer et embellir le discours, et permet d'examiner comment ces moyens établissent des relations de pouvoir et d'influence.

- **La dimension pragmatique** : La pragmatique se concentre sur l'utilisation du langage et les effets produits par le discours sur les participant·es d'une situation de communication. Elle examine les actes de langage, les intentions des locuteurs, les potentielles interprétations des publics et le contexte communicationnel. Cette dimension inclut également les conditions de production et de réception du discours et les conventions qui régissent les interactions discursives.
- **La dimension interactionnelle** : pour sa part, la dimension interactionnelle permet d'analyser les échanges (conversations, dialogues, interruptions, etc.) entre locuteurs dans une situation de communication. Elle examine les rôles et les positions des interlocuteurs, les tours de parole et les dynamiques interactionnelles. Cette dimension s'intéresse aussi à la structure des échanges, aux rapports de force et à la manière dont les identités des locuteurs sont négociées et performées au cours de l'interaction.
- **La dimension référentielle** : enfin, la dimension référentielle concerne la relation entre les signes linguistiques et les objets du monde qu'ils désignent. Cette dimension explore la construction discursive des objets de référence et les mécanismes par lesquels les discours sont ancrés dans des réalités sociales et culturelles.

Tableau 3.4 la grille 2 – Les identités dans le discours

<b>Dimensions analytiques</b>	<b>Catégories</b>	<b>Observables</b>	<b>Descriptions</b>
2.1. Dimension sémantique	2.1.1. Désignations	2.1.1.1. Mots dans le texte	Les manières de se définir, de se désigner, par exemple : « femmes », « politicienne », etc.
	2.1.2. Champs sémantiques	2.1.2. Schématisation d'un champ sémantique (mots ou groupes de mots dans le texte)	Les « champs sémantiques » mobilisées pour évoquer du « sens », par exemple : celui de la guerre.
2.2. Dimension rhétorique	2.2.1. Figures rhétoriques	2.2.1.1. Accumulation 2.2.1.2. Allitération 2.2.1.3. Anadiplose 2.2.1.4. Anaphore 2.2.1.5. Antéïsoyage 2.2.1.6. Comparaison	Les figures de style remplissent une fonction à la fois stylistique et persuasif, par exemple : « New York est la plus belle ville au monde ».

		<p>2.2.1.7. Épiphore  2.2.1.8. Euphémisme  2.2.1.9. Fausse dichotomie  2.2.1.10. Gradation  2.2.1.11. Hyperbole  2.2.1.12. Métaphore  2.2.1.13. Métonymie  2.2.1.14. Oxymore  2.2.1.15. Question rhétorique  2.2.1.16. Reformulation  Etc.</p>	
2.3. Dimension pragmatique	2.3.1. Actes de langage	<p>2.3.1.1. Complimenter  2.3.1.2. Conseiller  2.3.1.3. Contester  2.3.1.4. Critiquer  2.3.1.5. Demander  2.3.1.6. Nier  2.3.1.7. Pardonner  2.3.1.8. Promettre  2.3.1.9. Réconforter  Etc.</p>	Les « actes » produits par AOC à travers l'énonciation de son discours, par exemple : « Le 26 juin, votez pour Alexandria Ocasio-Cortez ».
2.4. Dimension interactionnelle	2.4.1. Interactions	2.4.1.1. Groupes de mots dans le texte	Les interactions entre AOC et les membres de son public permettront, par exemple, d'identifier des tentatives de création de liens, de proximité entre elle et ses publics.
	2.4.2. Interpellations	2.4.2.1. Groupes de mots dans le texte	Les interpellations que fait AOC durant ses discours permettent, elles aussi, de créer des liens, mais aussi d'attirer l'attention de ses publics, par exemple : « Allez ! C'est parti ! ».
2.5. Dimension référentielle	2.5.1. Discours rapportés	<p>2.5.1.1. Discours directs  2.5.1.2. Discours indirects</p>	Les personnes avec lesquelles AOC entre en discours, qui elle cite, quels propos elle reprend pour se les réapproprier ou les réfuter (adéquation/distinction)

	2.5.2. Références dans le discours	2.5.2.1. Références culturelles 2.5.2.2. Références historiques 2.5.2.3. Références géographiques 2.5.2.4. Autres références	Les objets, moments, endroits et personnes auxquels fait référence AOC permettent d'identifier sur quoi elle se base pour construire son identité, tant individuelle que collective, par exemple : « L'épicerie du coin où j'ai grandi ».
	2.5.3. Références pronominales	2.5.3.1. Pronoms (toniques et sujets) dans le discours (ex : je, tu, il, nous, vous, elles).	Les pronoms utilisés par AOC durant ses discours permettent d'identifier qui est le sujet de la phrase, mais plus précisément, quelle identité est construite à ce moment, par exemple : « Je suis une femme. Tu es un homme. Nous sommes des humains. »

### 3.5.3 Grille 3 – les valeurs dans le discours

Enfin, la troisième et dernière grille d'analyse, a, pour sa part, été construite pour venir répondre à notre QS2, et donc, nous a permis d'identifier les valeurs schématisées dans le corpus ainsi que la manière dont celles-ci sont mises en discours. Une seule dimension a été analysée dans le cas des valeurs, et il s'agit de la dimension rhétorique, c'est-à-dire, l'analyse des stratégies discursives employées pour convaincre, persuader ou influencer, mais également mobilisées pour décrire et justifier la pertinence d'une ou de plusieurs valeurs (Charaudeau et Maingueneau, 2002). Ce choix, d'uniquement avoir une dimension analytique, a d'ailleurs été fait pour éviter toute redondance entre nos résultats des grilles 2 et 3. De plus, considérant les liens intrinsèques entre les concepts d'identité et de valeur, si nous avons conservé les deux grilles identiques, les résultats auraient sensiblement été les mêmes.

Autrement dit, la grille suivante a été construite de manière à permettre le repérage et l'analyse des valeurs schématisées dans les discours, le positionnement d'AOC face à ces valeurs, et enfin, leurs mises en discours.

Tableau 3.5 la grille 3 – les valeurs dans le discours

<b>Catégories</b>	<b>Observables</b>	<b>Description</b>
3.1. Mise en discours des valeurs	3.1.1. Mot ou groupes de mots de dans le texte 3.1.2. Articulation de la valeur (co-texte)	Les mots ou le sens des mots dans le discours permettent d'identifier les valeurs qui sont mobilisées.  De plus, la manière dont sont cadrées, articulées et mises en mots ces valeurs permettent d'identifier les stratégies discursives d'AOC, par exemple : « rien ne devrait valoir plus à vos yeux que le bien-être de chaque américain ».
3.2. Positionnements quant aux valeurs	3.2.1. Valeurs adhérees 3.2.2. Valeurs réfutées	Est-ce qu'AOC adhère ou réfute les valeurs mentionnées.

Ainsi, c'est sur la base de ces théories, ces approches, ces méthodes, bref tous ces éléments présentés au fil des chapitres de ce mémoire, que nous avons enfin pu procéder à l'analyse des discours d'AOC. Tel que mentionné précédemment, chacune de ces grilles d'analyse a été appliquée sur le corpus de manière successive, ce qui nous a permis d'observer et de faire ressortir des éléments de réponses en fonction de chaque « couche », de chaque dimension du discours. S'en est ensuite suivi une période d'interprétation au cours de laquelle nous avons mis en dialogue nos diverses dimensions analytiques, fusionnant nos résultats afin de faire émerger les principales stratégies discursives, qui seront, quant à elle, présentées au chapitre suivant.

## CHAPITRE 4

### PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Dans ce chapitre, nous présenterons les principaux résultats de notre analyse des discours d'AOC. Afin d'optimiser la fluidité des prochaines sections, nous les avons divisées en fonction de nos trois grilles d'analyse. Nous débuterons donc avec une présentation des données générales du corpus (grille 1), ensuite, nous exposerons les stratégies de construction identitaire d'AOC (grille 2, QS1) et nous terminerons avec la présentation de la mise en discours des valeurs mobilisées dans ses allocutions (grille 3, QS2). Tout au long de ce présent chapitre, nous viserons également à mettre de l'avant les éléments de réponses en lien avec notre question générale de recherche, qui rappelons-le, est formulée ainsi : *quelles stratégies discursives sont mobilisées par les politiciennes progressistes aux États-Unis pour susciter de l'adhésion autour de leur(s) identité(s) et de leurs valeurs ?*

#### 4.1 Brève présentation du discours

Pour débiter, faisons le tour des différents discours qui forment le corpus. Tel que présenté à la section 3.4 de ce présent mémoire, notre corpus est constitué de 10 discours différents ayant été choisis en fonction de quatre critères de sélection : être politiques et identitaires, respecter le format d'une allocution, avoir été prononcés entre mai 2018 et janvier 2021 et avoir une qualité sonore permettant une transcription adéquate. Par la suite, nous avons appliqué notre première grille d'analyse, ce qui a permis de faire ressortir les quelques éléments suivants :

- En tout, 1 heure 42 minutes et 41 secondes de discours ont été analysées, ce qui correspond à 14 109 mots.
- Sur les 10 discours étudiés, sept ont été prononcés en 2019, deux en 2020 et un en 2018<sup>57</sup>.

---

<sup>57</sup> Tel que mentionné précédemment, les discours devaient avoir été prononcé entre 2018 et 2021. Une fois le bassin de discours déterminé, nous avons finalement choisi 10 discours selon leur pertinence et leur potentiel d'analyse. Puisque nous n'effectuons pas une analyse temporelle de l'évolution des discours d'AOC, les discours sélectionnés ne sont pas proportionnels d'année en année. Cela n'affecte cependant pas notre analyse, puisque le contexte reste toujours en lien avec le premier mandat d'AOC.

- Presque l'entièreté du corpus (99,48%) est en anglais. Le 0,52% restant est pour sa part attribué à la portion des discours qui est en espagnol, ce qui représente, plus précisément, 73 mots répartis sur trois discours (discours 3, 8 et 9).
- 60% (6/10) des discours sont des allocutions ayant été prononcées initialement devant un public, tandis que 40% (4/10) sont des allocutions ayant été filmées devant une caméra et rediffusées par ensuite.

Bien que le corpus soit constitué de plusieurs discours ayant des thématiques et des formats différents, tout au long de la présentation des résultats, nous analyserons le corpus dans son entièreté, sans distinction, sauf exception, des particularités de chacun des discours. De fait, nous aborderons ce corpus comme un ensemble de prises de parole représentatif des stratégies mobilisées par AOC lors de cette période (premier terme au Congrès). Cela étant dit, il est important d'avoir un regard holistique sur le corpus et sur les divers discours qui le constitue, de manière à pouvoir faire sens des propos véhiculés, notamment en fonction du contexte et du format initial de la prise de parole (lieu, production et public présent). Pour ce faire, nous avons réuni, dans le tableau 4.1, les informations contextuelles et descriptives qui nous ont permis de situer les prises de parole et de mieux les interpréter.

Tableau 4.1 brève présentation des discours du corpus

N°	Description du discours	Format initial du discours	Lieu-x de (re)production	Public-s présent-s
1	Vidéo officiel du lancement de la campagne électorale d'AOC, dans le cadre des élections de mi-mandat de 2018. <sup>58</sup>	Filmé	YouTube	- Aucun
2	Allocution dans le cadre de la 3 <sup>e</sup> édition de la Women's March,	Devant un public	Événement public à New York	- Femmes - Militant-es et activistes - Électorat (circonscription)

<sup>58</sup> Avant l'élection d'AOC en 2018, c'est le démocrate Joe Crowley qui était le représentant du Bronx et Queens. Ce dernier était au pouvoir depuis 20 ans (de 1998 à 2013 pour le 7<sup>e</sup> district de New York et de 2013 à 2018 pour le 14<sup>e</sup>) et se présentait sans opposition aux élections depuis 2003 (Bradner et Merica, 2018).

	manifestation pour les droits des femmes <sup>59</sup> .			
3	Discours d'inauguration d'AOC à la suite de son assermentation dans sa circonscription.	Devant un public	Événement public dans le Bronx, New York	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Politicien·nes démocrates</li> <li>- Politicien·nes socialistes démocrates</li> <li>- Partisan·es socialistes démocrates</li> <li>- Électorat (circonscription)</li> </ul>
4	Allocution d'inauguration dans le cadre d'un panel sur la politique et la justice criminelle.	Devant un public	Événement privé au <i>John Jay College of Criminal Justice</i> , université située à New York	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jeunes et étudiant·es</li> </ul>
5	Allocution prononcée dans le cadre du <i>Road to a Green New Deal</i> , une tournée d'événements à travers les États-Unis organisée par <i>Sunrise Movement</i> <sup>60</sup> .	Devant un public	Événement public à l'Université de Howard, à Washington D.C	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Militant·es et activistes</li> </ul>
6	Vidéo d'appui officiel pour la réélection d'Ed Markey, sénateur de l'État du Massachusetts et co-auteur du <i>Green New Deal</i> , au Sénat des États-Unis.	Filmé	YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun</li> </ul>
7	Allocution prononcée lors d'un sommet organisé par C40 <sup>61</sup> , dont l'édition se tenait à Copenhague.	Devant un public	Événement public à Copenhague, au Danemark	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Politicien·nes (général)</li> <li>- Militant·es et activistes</li> </ul>

<sup>59</sup> La *Women's March* est une manifestation pour les droits des femmes, qui a vu le jour en 2017, à la suite de l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis (Rafferty, s. d.).

<sup>60</sup> Sunrise Movement est un « mouvement de jeunes qui luttent pour mettre fin à la crise climatique et [pour avoir] un nouvel accord vert » (Sunrise Mouvement, s. d.).

<sup>61</sup> Selon le site officiel, « le C40 est un réseau mondial de près de 100 maires des plus grandes villes du monde qui sont unis dans la lutte contre la crise climatique » (traduction libre; C40 Cities, s. d.)

8	Allocution prononcée lors d'un rallye présidentiel de Bernie Sanders.	Devant un public	Événement partisan à Coralville dans l'État d'Iowa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partisan·es socialistes-démocrates</li> <li>- Militant·es et activistes</li> </ul>
9	Allocution visant à seconder la nomination de Bernie Sanders comme candidat démocrate à la présidence des États-Unis lors de la Convention nationale démocrate (CND) de 2020.	Filmé	Événement partisan dans le cadre de la CND (initial), et YouTube (rediffusé)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Politicien·nes démocrates</li> <li>- Politicien·nes socialistes démocrates</li> <li>- Partisan·es démocrates</li> <li>- Partisan·es socialistes démocrates</li> </ul>
10	Allocution visant à récapituler les accomplissements d'AOC durant son premier terme à la Chambre des représentants.	Filmé	YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun</li> </ul>

Ce survol du corpus peut donc désormais agir à titre de référence, si, au fil de la présentation des résultats, une information relevant du contexte ou du format du discours est nécessaire à la compréhension d'un extrait. Des informations additionnelles sur le contexte seront ajoutées au fil de ce chapitre lorsque cela sera nécessaire.

#### 4.2 Construction identitaire d'AOC

Après avoir examiné le corpus dans son ensemble, il convient de présenter les résultats de notre seconde grille d'analyse, en lien avec notre QS1. En guise de rappel, la revoici : *considérant que l'identité se construit de deux manières, soit par l'affirmation de soi, soit par les relations établies avec les autres (suivant une logique d'adéquation ou de distinction), quelles sont les stratégies discursives mobilisées par AOC pour construire son identité, tant individuelle que collective ?* D'abord, nous présenterons un portrait quantitatif des données ayant émergé au fil de notre ACD, puis nous présenterons les stratégies discursives de construction identitaire mobilisées par AOC.

#### 4.2.1 Identités dans le discours

Dans cette section, nous brosserons un portrait des principales données et composantes de la construction identitaire d'AOC dans ses discours. Bien que notre méthodologie s'inscrive dans une perspective qualitative, il nous semble pertinent de mettre de l'avant des observations relatives à la fréquence de certains de nos résultats, de façon à mettre en lumière les phénomènes identitaires ayant un certain poids au sein du corpus. Cependant, ce ne sont pas toutes les dimensions analytiques de notre grille d'analyse qui peuvent être présentées de telle manière, puisque dans certains cas, la fréquence n'est pas nécessairement révélatrice d'une plus grande importance dans la construction identitaire, telle que la dimension rhétorique par exemple. Cela étant dit, au fil de cette section, nous ferons une brève présentation du type de construction identitaire (affirmation de soi ou relation avec autrui), des références pronominales, des désignations (d'elle et d'autrui) et des champs sémantiques mobilisés dans les discours d'AOC.

Pour débiter, conformément à notre cadre théorique et à notre QS1, l'identité peut se construire de deux façons, par l'affirmation de soi et par la relation avec autrui. À cet effet, nous avons identifié que, pour la très grande majorité, la construction identitaire d'AOC relève de la relation avec autrui (73%), plutôt que de l'affirmation de soi (27%). On observe donc qu'AOC tend beaucoup plus à construire son identité en s'identifiant (adéquation; 54%) ou en rejetant (distinction; 46%) d'autres identités préexistantes ou d'autres acteurs, d'autres groupes (voir Bucholtz et Hall, 2005).

Par la suite, à l'aide de l'analyse des références pronominales, mobilisés par AOC dans ses discours, nous avons observé que celle-ci tend à communiquer principalement au « nous », comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous :

Tableau 4.2 les pronoms mobilisés par AOC

<b>Pronoms</b>	<b>Occurrences</b>	<b>Proportion</b>
1 <sup>ère</sup> personne du singulier : <i>I/my/mine</i>	345	26,1%
2 <sup>e</sup> personne du singulier : <i>You/your</i>	0	0%
3 <sup>e</sup> personne du singulier : <i>he/she/his/hers</i>	91	6,9%

1 <sup>ère</sup> personne du pluriel : <i>we/our/us</i>	639	48,3%
2 <sup>e</sup> personne du pluriel : <i>you/your</i>	206	15,6%
3 <sup>e</sup> personne du pluriel : <i>they/them/theirs</i>	42	3,2%
<b>Total</b>	<b>1323</b>	<b>100%</b>

Selon ces résultats, nous observons donc que dans ses discours, AOC tend à prioriser une construction identitaire collective (*we/our/us*), par rapport à une construction où elle se mettrait personnellement en scène (*I/my/mine*). Nous observons également qu'AOC accorde un espace appréciable (15,6%) à ses publics, révélant l'importance de ces derniers dans ses discours et dans l'établissement d'une relation avec eux (*you/your*).

De plus, sur le plan sémantique, nous observons qu'elle emploie plusieurs mots ou expressions pour décrire, qualifier et caractériser son identité ainsi que celle des autres. Dans le cadre de notre analyse, nous avons centré nos recherches sur les désignations utilisées par AOC, c'est-à-dire, toutes les appellations ou les qualifications qu'elle utilise pour se décrire ou décrire un autre groupe ou individu (voir Bonnet, 2011). Dans le tableau suivant, nous avons compilé les principales désignations mobilisées par AOC dans ses discours, ainsi que son positionnement vis-à-vis de ces désignations :

Tableau 4.3 les désignations d'AOC et d'autrui

Désignations	Occurrences	Exemples tirés du corpus	Construction identitaire <sup>62</sup>
<i>Working-class/ working people/ working families</i>	11	« I'm an educator and organizer, a <b>working-class</b> New Yorker. »	Cette autodésignation <sup>63</sup> permet à AOC de construire son identité individuelle par le moyen de l'affirmation. Elle met de l'avant

<sup>62</sup> Toutes les interprétations de la construction identitaire d'AOC présente dans ce tableau se basent sur Bucholtz et Hall (2005) ainsi que Corretti et Pica (2015), travaux préalablement présentés dans le cadre théorique (2.3.1 et 2.3.2.).

<sup>63</sup> L'autodésignation peut être définie de deux manières. Dans son sens propre, il s'agit de la désignation (action de se désigner pour se distinguer; CNRTL) fait par soi-même. Dans son sens au sein des théories sociales, les marques d'autodésignations, soit les autodésignatifs, « constituent des traces de l'autocatégoriesation, et donc, de l'image

			<p>une caractéristique sociodémographique, soit la classe sociale à laquelle elle appartient, à laquelle elle s'identifie, et choisit de se présenter à son électorat ainsi.</p>
		<p>We're talking about actually transforming the center of power in the United States to focus on the <b>working class</b>.</p>	<p>La classe ouvrière peut donc être un élément, un trait définitoire de l'identité individuelle d'AOC, mais peut également représenter un groupe social, qui, au fil des discours, devient la cible d'un grand nombre de politiques publiques, de valorisations et de reconnaissances.</p>
<i>New Yorker / Bronx / Queens</i>	10	<p>« But the thing about <b>New York City</b>, is that our federal workers know that <b>we</b> cannot be separated. »</p>	<p>Dans les discours d'AOC, l'identité new-yorkaise d'AOC occupe une grande place.</p> <p>AOC construit cette identité collective en désignant ce groupe dans ses discours. Dans l'extrait présenté, elle utilise d'ailleurs le « nous » pour s'inclure dans une identité new-yorkaise.</p>
		<p>« but most of those are not people from the <b>Bronx</b>, so! »</p>	<p>De manière similaire, elle trace ici une ligne entre son identité collective et celle des autres, sur la base d'une caractéristique culturelle et géographique commune.</p>
<i>Elected official / public servant</i>	8	<p>« I wish that as a <b>public servant</b>, I can come here and tell you that everything's going to be alright. »</p>	<p>Lorsqu'AOC met de l'avant son rôle et son identité de politicienne, elle ne se décrit <u>jamais</u> comme telle, pas une seule fois dans les 10 discours que nous avons analysés. Elle opte plutôt pour des qualificatifs tels que</p>

identitaire » (Bonnet, 2011). L'autodésignation peut également s'inscrire dans une logique de revendication ou de réappropriation : « les autodésignatifs n'étant pas tant des constructions endogènes que des constructions exogènes acceptées, validées et réappropriées ». Enfin celles-ci agissent tant au niveau de l'identité individuelle que collective.

			« représentant-es du peuple <sup>64</sup> » ainsi qu'élus-es, comme le cas ci-dessous l'indique.
		« As <b>elected officials</b> , we have an obligation to tell the truth. »	Elle utilise donc ces termes pour se désigner elle-même dans son rôle, mais également celles et ceux avec qui elle s'associe.  Cet effort de distinction, de <i>ne pas</i> être des politicien·nes, mais bien des élu·es ou des acteurs politiques contribuent donc à la nomination, et par le fait même, à la création d'un groupe identitaire précis.
<i>Senator/ Congresswoman/ Representative</i>	8	« I'm here to say that I'm proud to enthusiastically support and endorse <b>Senator</b> Ed Markey for reelection to the United States Senate. »	Pour adresser et présenter celles et ceux avec qui elle s'associe, AOC utilise assez fréquemment le titre ou le rôle qu'occupent ceux-ci.
		« And Ed Markey was one of the few people that had the courage to stand up, and take a chance, and take a chance on a <b>freshman congresswoman</b> ((AOC rit)) »	À une seule reprise dans le corpus, AOC se désigne par son titre. Elle le fait d'ailleurs en riant et en l'accompagnant du qualificatif « freshman », qui fait écho à la nouveauté de cette désignation, qui n'a potentiellement pas été entièrement appropriée par AOC à ce moment <sup>65</sup> .
<i>Progressive</i>	7	« Ed Markey is a proud and- and strong <b>progressive</b> champion for working families, not just	De plus, une autre désignation mobilisée par AOC pour décrire celles et ceux avec qui elle est en

<sup>64</sup> La traduction française de « public servant » est fonctionnaire. Cela dit, ce terme n'a pas le même sens en français, puisqu'il est rarement utilisé pour décrire un·e politicien·ne au niveau fédéral. Afin de respecter le sens du discours, nous avons donc choisi de traduire « public servant » par représentant·e du peuple.

<sup>65</sup> Il est aussi intéressant de noter qu'elle se désigne à la troisième personne (au lieu de la première), établissant une distance supplémentaire avec cette désignation, ce que le rire renforce.

		in Massachusetts, but across the country. »	adéquation, passe par l'usage du qualificatif « progressiste ».  AOC le mobilise pour désigner, reconnaître et nommer d'autres membres de ce groupe, avec lesquels elle est en faveur.
		« So I have been seeing <b>progressive</b> officials around the world do this challenge where we tried to squeeze in all of the accomplishments from the last two years in two or three minutes. »	Elle utilise aussi l'étiquette « progressiste » pour désigner un groupe au sein duquel elle s'inclut.  L'usage du « nous » indique ce positionnement de la part d'AOC envers le mouvement progressiste et l'identité qui y est rattachée.
<i>Politician</i>	4	« And I, and I will be damned, if the same <b>politicians</b> who refused to act then are going to try to come back today and say we need a middle of the-a- a middle of the road approach to save our lives, that is too much for me ! »	Pour sa part, le terme « politicien » est toujours utilisé pour désigner l'Autre, plus encore, l'Autre avec qui on se distancie et on s'oppose.  Par cette désignation, elle se distingue donc des « politiciens » et se distancie de l'étiquette du mot elle-même <sup>66</sup> .
<i>Woman/Women</i>	7	« but I speak to you as a human being. A <b>woman</b> whose dreams of motherhood now tastes bitter sweet. »	De manière similaire à la désignation « working-class », AOC met de l'avant une caractéristique sociodémographique, soit son genre, pour construire son identité individuelle.
		« And I think that there is no stronger ethos from our communities, when we're first generation, when we're <b>women</b> , when we're	AOC utilise également cette désignation de femmes pour définir et construire une identité collective.

<sup>66</sup> Cet effort de distinction entre ses collègues et homologues avec qui elle s'associe, et les *politicien·nes*, laisse sous-entendre qu'AOC y rattache une connotation négative.

		people of color, when we're immigrants, [...] »	
<i>Educator / Organizer</i>	3	« I'm an <b>educator</b> and <b>organizer</b> , a working-class New Yorker. »	Cette désignation est moins fréquente, certes, mais elle met de l'avant des rôles et des qualificatifs qui font écho à une récurrente construction de l'identité individuelle d'AOC, soit une identité valorisant le partage des connaissances, l'entraide et la solidarité communautaire.

À partir de ces éléments d'analyse, voici quelques constats qui peuvent être tirés des principales désignations mobilisées par AOC dans les discours qui composent notre corpus:

- AOC construit son identité individuelle en mettant de l'avant des caractéristiques sociodémographiques qui la définissent (classe sociale et genre) ainsi que des qualificatifs (éducatrice, organisatrice (communautaire) et *congresswoman*) qui la positionne socialement en fonction de divers rôles, expertises et qualités qu'elle souhaite montrer.
- En ce qui a trait à son identité collective, AOC se positionne au sein de divers groupes sociaux en les désignant (identité new-yorkaise et progressiste). De plus, par le moyen de désignations précises, elle fait un travail de nomination de ce qui fait et ne fait pas partie de son identité collective (élu·e versus politicien·ne).

Pour conclure cette section, nous présentons les principaux champs sémantiques mobilisés dans les discours d'AOC. Après avoir analysé les principales constructions identitaires d'AOC dans ses discours, voyons maintenant l'une des nombreuses manières dont ces identités sont mises en discours. Les champs sémantiques, aussi appelés « univers de référence », peuvent être définis comme un ensemble dynamique de mots, de thèmes et de concepts qui permettent de tracer des liens entre le sens d'un mot et son sens dans la phrase, ce qu'il représente ou véhicule (voir Seignour, 2011). L'analyse des champs sémantiques se caractérise donc par l'identification de plusieurs « catégories » ayant émergé au fil des discours, et dont les unités d'analyse (mots, phrases, expressions) évoquent, d'une certaine manière, le sens de ladite catégorie (*ibid.*). Par exemple, le champ sémantique de la guerre peut être manifesté de façon explicite

par l'utilisation de termes comme « guerre » ou « bataille », mais également par l'entremise de métaphores ou de formulations évoquant l'univers de la guerre, telle que « être aux premières lignes » qui possède une connotation militaire et renvoie notamment aux positionnements stratégiques de soldats dans l'armée (position de front).

Le tableau suivant identifie les principaux champs sémantiques dans les discours d'AOC.

Tableau 4.4 les champs sémantiques mobilisés par AOC

Champs sémantiques	Occurrences	Proportion	Exemples de schématisations
Communauté	59	24,9%	« en el <b>espíritu del pueblo</b> <sup>67</sup> , and out of love for all people »
Démocratie	43	18,1%	« And a lot of what this means to me is um the idea that we can actually be engaged and excited, <b>not just about politics, &gt; but about policy, [...]</b> »
Guerre	40	16,9%	« We had to navigate a situation, a <b>hostage situation</b> »
Progrès	29	12,2%	«Which was an amazing <b>step forward</b> »
Inclusion	16	6,8%	« an America where <b>ALL people are welcome</b> »
Espoir	16	6,8%	« you can accomplish, we can <b>accomplish the impossible</b> »
Justice	11	4,6%	« thankful that you <b>stood up for what was right</b> »
Urgence climatique	10	4,2%	« We are at a precipice. We are at a <b>critical precipice.</b> »
Famille	7	3,0%	« I wasn't born to a wealthy or powerful <b>family. Mother</b> from Puerto Rico, <b>dad</b> from the South Bronx. »

<sup>67</sup> Se traduit en français par « dans l'esprit du peuple » (traduction libre).

Foi	6	2,5%	« we won't have time to wait for someone to <b>descend from the heavens</b> and give us the entire blueprint »
-----	---	------	--

Chacun de ces champs sémantiques contribue donc à mettre en évidence certaines thématiques clés, accompagnées de certaines connotations, voire émotions, ce qui contribue tant à la stylistique, qu'à l'argumentation dans les discours d'AOC. La mobilisation d'imageries agit donc comme un outil de référence au sein de la construction identitaire d'AOC, lui permettant de se positionner en faveur ou défaveur de certains individus ou idées via ces champs sémantiques, qui eux, permettent aussi d'en apprendre sur l'univers symbolique d'AOC, sa conception de la politique, de la communauté, etc. De plus, certains de ces champs sémantiques sont également caractérisés par l'utilisation d'un langage spécifique, de codes linguistiques rattachés à une culture, à un groupe social, permettant ainsi à AOC de mettre de l'avant un langage auquel certains pourront s'identifier ou se reconnaître.

En somme, cette section présentait les différentes manières dont AOC se définit (présentation de soi) et définit les autres autour d'elle (présentation d'autrui). À l'aide de ces processus, mais plus précisément au sein du processus de présentation d'autrui, qui s'inscrit d'ailleurs dans une logique d'association (adéquation) ou de différenciation (distinction) entre les identités des autres et celles d'AOC, cette dernière construit son identité tant individuelle que collective. En ce sens, nous avons également constaté qu'AOC tend à privilégier la construction d'une identité collective dans ses discours, notamment, en parlant au nom d'un « nous », qu'elle définit par la suite à l'aide de désignations claires (le *nous* progressiste, le *nous* des élues, le *nous* de New York, etc.), ainsi qu'en mobilisant des champs sémantiques, tels que la communauté, qui contribuent à définir ce qui est communautaire et ce qui relève de la collectivité chez AOC. Sa construction identitaire individuelle n'est cependant pas moins significative. En effet, nous avons observé diverses autodésignations révélatrices de son identité individuelle, une fréquence non négligeable du pronom personnel « je », sans oublier les champs sémantiques qui viennent faire écho à l'individualité d'AOC, tels que le champ de la famille.

#### 4.2.2 Identités : les stratégies discursives

À présent que nous avons établi les principales caractéristiques de la construction identitaire d'AOC, examinons la manière dont elle articule, dans ses discours, les éléments précédemment mentionnés. Pour ce faire, nous présenterons les principales stratégies discursives d'AOC, c'est-à-dire, l'approche et les choix organisés (délibérés ou non) visant à atteindre des objectifs communicationnels précis (voir Charaudeau et Maingueneau, 2002), soit construire une identité et susciter de l'adhésion envers celle-ci. Chacune des stratégies discursives présentées sera d'ailleurs découlées en diverses sous-stratégies, qui elles, opèrent à un niveau plus détaillé pour soutenir la stratégie globale (voir Van Dijk, 2006). Dans le cadre de la construction identitaire d'AOC, la majorité des sous-stratégies identifiées sont des éléments ayant émergé des cinq dimensions analytiques de notre deuxième grille d'analyse (dimension sémantique, rhétorique, pragmatique, interactionnelle et référentielle).

Rappelons d'ailleurs comment les stratégies discursives que nous présenterons contribuent à la construction d'une identité. Tout d'abord, l'identité est un concept qui découle d'une socialisation, et donc, les interactions sociales, dont font partie les discours politiques, contribuent activement au processus de définition et de reconnaissance d'une identité (voir Vincent, 2001). De fait, à chaque fois qu'AOC se définit ou se positionne face à quelqu'un, face à un enjeu ou face à une cause, elle contribue à sa construction identitaire (voir Corretti et Pica, 2015). Par la suite, pour susciter de l'adhésion à soi, à ce que l'on représente sur le plan identitaire, il ne suffit pas de simplement faire mention de son identité, d'où l'importance de s'intéresser aux « lignes d'action coordonnées » (Vion, 1995, p.193) – les stratégies discursives – qui permettent de faire sens de ce qui se déroule dans la communication au travers de différents moyens discursifs. En effet, bien que certains s'identifieront aux discours et à l'identité d'AOC parce qu'ils se reconnaissent presque immédiatement en elle, d'autres nécessiteront plus de persuasion. Ce seront donc les stratégies discursives, en d'autres mots, le cadrage, l'argumentation, la mobilisation de preuve, etc., qui viendront susciter de l'adhésion (voir Charaudeau 2005; 2008). En somme, lorsque nous présenterons les diverses stratégies discursives, nous partirons de ce constat, soit que tant les stratégies à visée descriptives que les stratégies plus persuasives contribuent à la construction identitaire d'AOC (QS1) en plus de permettre de susciter de l'adhésion autour de ses identités (QG)<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> Notez que, par souci de concision, l'analyse des valeurs se trouve à la section 4.3, bien que celles-ci sont inévitablement présentes dans les prochains extraits.

Sur ce, trois principales stratégies discursives ont été identifiées dans le corpus, soit la stratégie de personnalisation, la stratégie de dichotomisation et enfin, la stratégie de ralliement. Ci-après, nous verrons comment ces stratégies se mobilisent, ce qu'elles accomplissent en termes de construction identitaire, mais aussi quelles sont les sous-stratégies qui les constituent.

#### 4.2.2.1 La stratégie de personnalisation

L'une des principales stratégies discursives mobilisées par AOC dans ses discours est la stratégie de personnalisation. La personnalisation, telle que nous l'avons présentée dans la problématique, est une stratégie qui vise à mettre l'acteur politique, l'individu, au centre de la vie politique (voir Lalancette, 2018). Dans une logique de proximité, la personnalisation permet, entre autres, de mettre de l'avant des éléments du privé comme preuve de son identité, de détourner l'attention de ses opinions politiques vers ses idées personnelles, et donc, de discerner la *politicienne* de l'humaine (voir *ibid.*). Dans le cadre des discours d'AOC, nous avons identifié cinq sous-stratégies en lien avec la stratégie de personnalisation : les (auto)désignations, les référents personnels, les référents culturels, le storytelling et le refus des discours à son sujet.

##### 4.2.2.1.1 Les (auto)désignations

Pour débiter, nous avons déjà brossé un portrait quantitatif des principales désignations et autodésignations mobilisées par AOC pour se mettre en scène. Nous allons désormais approfondir leur analyse en observant comment elles sont intégrées dans le discours. Certaines autodésignations, telles que présenté précédemment, ont une visée revendicatrice, par exemple lorsqu'AOC met de l'avant son passé de serveuse et de barmaid :

- 1) I was talking to folks and one of the things that I mentioned was that it was just last February that I was **waitressing at a Taco joint** in down- downtown Manhattan (D8, L59-61)<sup>69</sup>.

À première vue, le fait de se définir comme barmaid ou serveuse n'apparaît peut-être pas comme revendicateur. Cela dit, le passé d'AOC au sein du milieu de la restauration a été largement attaqué et ridiculisé par plusieurs politicien-nes, toutes affiliations confondues (Akhtar, 2019), et ce même avant qu'elle soit élue. Le fait qu'AOC embrasse ce titre de barmaid ou évoque cette période de sa vie à plusieurs

---

<sup>69</sup> Notre transcription entière se trouve à l'annexe A de ce mémoire, pour retrouver des extraits, référez-vous au numéro de discours (D) et aux lignes (L) de chacun de ceux-ci.

reprises (5 occurrences au sein du corpus), permet d'affirmer qu'elle se réapproprie cette désignation exogène, qui avait initialement une connotation négative et qui était utilisé pour la discréditer. Par ailleurs, dans l'extrait ci-dessus, AOC mobilise une référence géographique, soit « in downtown Manhattan », ce qui permet de situer son discours, sa construction identitaire. Ces éléments discursifs relevant de la géographie reviendront à de nombreuses reprises au fil de la présentation des résultats, et contribuent à la construction d'une identité et à cultiver un sentiment d'appartenance à une classe sociale particulière, à un quartier, à une culture de voisinage, etc.

Nous observons également une tentative de légitimation dans cette autodésignation, alors qu'elle agit, à certains égards, comme une preuve de son appartenance à la classe sociale ouvrière : longues heures de travail, travail physique, salaire minimum, etc. Cette autodésignation fait d'ailleurs écho à l'une des particularités de la personnalisation telles que nous les avons présentées, soit qu'elle vient mettre de l'avant des traits de personnalités ou des qualités qui font d'elle une bonne leader (voir Arbour, 2014; Martel, 2018). Bien que certains politiciens utilisent cette expérience professionnelle pour ridiculiser AOC, nous pourrions en fait penser que le fait d'avoir ces expériences à AOC de développer plusieurs habiletés, telles que l'efficacité, l'entregent et la polyvalence, toutes des caractéristiques qui contribuent à être une bonne représentante du peuple, et ce qui renvoie aussi à un ethos de proximité qui est lié à sa légitimation comme leader.

L'extrait suivant vient contribuer d'une manière similaire à la stratégie de personnalisation :

- 2) The second thing that I want- that I'm going to ask is to work alongside us. Not work necessarily- not just work with us, but to work alongside us. I'm gonna ask you today to consider doing things like joining your PTA, or to maybe show up to your Community Board meeting for the first time, or to lead a Girl Scout troop. ((Applaudissements et cris de la foule)) YEAH:: ! ((AOC rit)) (1 sec) **I am a former Girl Scout** so I have to do the plug ((rires de la foule)). Cookie season guys ! Um. (D3, L95-100)

Dans cet extrait, AOC se désigne comme une ancienne *Girl Scout*, ce qui, en soi, n'implique pas nécessairement une posture revendicatrice, car l'organisation *Girl Scouts of the United States* ne fait pas l'objet de discours négatifs à notre connaissance. Cependant, mentionner son passé au sein de cette organisation accomplit trois actions distinctes. Premièrement, comme pour l'autodésignation de barmaid, se présenter en tant que *Girl Scout* permet à AOC de mettre de l'avant les qualités qu'elle a développées grâce à cette expérience, qui renforcent son aptitude au leadership. En effet, bien qu'en soi, il ne s'agit

pas d'une qualification professionnelle, l'organisation est reconnue pour inculquer la débrouillardise<sup>70</sup>, une qualité précieuse en politique. Deuxièmement, AOC adopte un style de leadership fondé sur l'exemplarité, où elle incite ses publics à s'engager dans leur communauté, démontrant qu'elle en fait autant. Enfin, cette désignation favorise la reconnaissance au sein d'un groupe identitaire précis. En valorisant cette expérience, AOC permet à celles et ceux qui ont, eux aussi, été membres des *Scouts* de s'identifier à elle et de créer des liens basés sur une expérience partagée.

Ainsi, tant les (auto)désignations de barmaid que celle de *Girl Scout* permettent à AOC de cultiver un sentiment de proximité entre elle et ses publics, et potentiellement d'appartenance envers une identité individuelle, qui est partagée par plusieurs.

Par la suite, nous avons précédemment évoqué que l'autodésignation prend la forme d'une sorte d'autocatégories, c'est-à-dire, d'un positionnement dans une « catégorie » sociale, identitaire, etc. En ce sens, lorsqu'AOC se présente et se définit, le choix des mots est important, puisque ces derniers évoquent ces « catégories » :

- 3) **Women like me** aren't supposed to run for office. I wasn't born to a **wealthy** or **powerful** family. **Mother from Puerto Rico, dad from the South Bronx**. I was born in a place where your zip code determines your destiny. My name is Alexandria Ocasio-Cortez. I'm an **educator** and **organizer**, a **working-class New Yorker**. I've **worked with expectant mothers, I've waited tables** and **led classrooms**, and going into politics wasn't in the plan. (D1, L1-5).

Dans cet extrait tiré du tout premier discours politique d'AOC en tant que candidate aux élections de mi-mandat de 2018, elle se définit en mobilisant plusieurs catégories : les femmes comme elle, sa famille ni riche ni puissante, mère de Puerto Rico, père du sud du Bronx, le fait d'être une éducatrice, une organisatrice et une new-yorkaise de la classe ouvrière, et enfin, le fait d'avoir été serveuse et d'avoir mené des salles de classe. Cet extrait, riche en construction identitaire, permet à AOC de se positionner socialement, de se définir et de mettre de l'avant *son* identité individuelle. Pour ce faire, elle mobilise effectivement plusieurs catégories sociales, dont plusieurs relèvent de caractéristiques

---

<sup>70</sup> Comme l'indique l'extrait suivant tiré du site officiel des *Girl Scouts of the USA*, une des missions de cette organisation est d'offrir des outils à des jeunes femmes afin qu'elles puissent devenir de meilleures leaders : « [n]'importe qui peut dire aux autres ce qu'ils doivent faire. Un vrai leader peut prendre des décisions intelligentes, agir de manière équitable et responsable, et laisser les autres membres de l'équipe briller en travaillant ensemble. Qu'il s'agisse de gérer son entreprise de biscuits ou de diriger une équipe de bénévoles dans le cadre d'un projet Gold Award » (Girl Scout, 2024).

sociodémographiques telles que le genre, la classe sociale, le milieu de vie, etc. Elle mobilise d'ailleurs tant l'affirmation de soi (« je suis éducatrice ») que les relations établies avec les autres (« les femmes comme moi ») pour définir son identité. Ce sont des désignations qui contribuent à la construction de son individuelle et à la potentielle adhésion des publics et à l'identification de ceux-ci. Enfin, la dernière phrase de cet extrait, « aller en politique n'était pas dans les plans », montre le caractère imprévu et spontané de sa démarche, ce qui contribue également à la construction de son identité individuelle et « politique ». Elle établit, de ce fait, une distance avec le désir de pouvoir qui est souvent associé aux politicien-nes de carrière et s'ancre dans une posture d'acceptation, presque passive de son nouveau rôle, ce qui accentue le caractère non intentionnel et quasiment subi de son entrée en politique, révélant, à certains égards, d'une perte d'agentivité dans ce processus. Cette posture de distanciation de l'« identité de politicien-nes » dont fait écho l'énoncé « les femmes comme moi ne sont pas censées de présenter aux élections », sera d'ailleurs reprise au fil de ses discours, notamment à l'aide de la stratégie de dichotomisation, comme nous le verrons dans les prochaines sections.

#### 4.2.2.1.2 Les référents personnels

À l'instar de la précédente, cette seconde sous-stratégie est caractérisée par la mobilisation d'éléments issus de la vie personnelle d'AOC. Ici, nous verrons comment cette dernière se positionne socialement, à l'aide de référents à sa famille, à son intimité, bref, à sa vie privée, de façon à construire son identité, sans toutefois la décrire ou la définir. Par exemple, dans ses discours, AOC mobilise le champ sémantique de la famille, et cela lui permet, entre autres, de véhiculer des idées, des positionnements en utilisant des membres de sa famille comme références :

- 4) On this note, I speak to you not as an elected official, or public figure, but I speak to you as a **human being. A woman whose dreams of motherhood** now tastes bitter sweet. ((AOC tremble de la voix, les larmes aux yeux)) Because of what I know about our children's future. And that our actions are responsible for bringing their most dire possibilities into focus. I speak to you as a **daughter and descendant of colonized peoples** who have already begun to suffer. Just two years ago, one of the deadliest disasters in the United States, struck in the form of Hurricane Maria. The climate change powered storm killed over 3000 Puerto Ricans, American citizens. **My own grandfather** died in the aftermath. (D7, L44-52)

Divers référents familiaux sont mobilisés ici : ses futurs enfants, son grand-père, mais aussi son positionnement en tant que descendante de « personnes colonisées ». D'abord, l'extrait est chargé d'émotion et cela peut être identifié par le tremblement dans la voix. AOC évoque par la suite des expériences personnelles, voire privées, soit la mort d'un grand-parent, les conditions et la « souffrance »

de ses ancêtres ainsi que ses réflexions sur une maternité future. D'un côté, cet extrait présente un niveau descriptif, puisqu'il permet de mettre de l'avant divers éléments qui définissent sa posture idéologique et ses valeurs, dans ce cas-ci, pro-environnementales. D'un autre côté, il participe à l'humanisation d'AOC. En abordant des thématiques personnelles et intimes, elle met de l'avant ce qui fait d'elle un être sensible, en d'autres mots, ce qui fait d'elle un être humain. Elle suscite donc, à travers ce discours, de l'empathie, qui peut favoriser une identification affective. De plus, la famille est une réalité commune, et ce, sans égard aux relations que chacun entretient avec ses différents membres. Les réflexions sur la famille risquent donc de résonner chez plusieurs. En somme, par cette sous-stratégie, AOC s'appuie sur son expérience personnelle tout en évoquant des réalités communes, ce qui permet à un large public de comprendre et d'adhérer à son message, à son identité.

#### 4.2.2.1.3 Les référents culturels

Alors que la précédente sous-stratégie montrait comment des référents personnels participent à la construction de l'identité individuelle d'AOC, la troisième sous-stratégie se concentre plutôt sur les référents du registre culturel. L'usage de ces référents culturels contribue à la construction de l'identité collective d'AOC puisque cela permet de mettre de l'avant des éléments qui relèvent d'une culture interne, d'un certain degré d'accord, de cohésion au sein d'une identité socialement construite et partagée (voir Corretti et Pica, 2015). Une manière simple, mais efficace avec laquelle AOC mobilise cette sous-stratégie est en mentionnant à plusieurs reprises (4 occurrences) la chaîne de supermarchés américaine *Trader Joe's* :

- 5) [...] and for months I just took this **Trader Joe's** bag- It was like a grocery bag for like the first six months. And then I graduated to a little like carrito, ((Rires de la foule)) that like, people, ((AOC rit)) you know, like you're going, to the laundromat or something. ((Rires de la foule)) Um, so I went from the **Trader Joe's** bag to the carrito and then eventually we'd like, rent like a car to go or as a car or whatever [...]. (D4, L87-93)

La mention de *Trader Joe's* contribue à la construction et la consolidation de l'identité d'AOC à plusieurs égards. D'abord, *Trader Joe's* est une chaîne particulièrement emblématique à New York et agit donc à titre de repère culturel au sein de son identité new-yorkaise, un peu comme une marque distinctive permettant aux personnes y adhérant de se reconnaître. Les rires de la foule peuvent d'ailleurs être interprétés comme une approbation de la part des membres du groupe interne, qui, ce faisant, valident qu'il y a bel et bien une intercompréhension de la signification du référent (Bitterly *et al.*, 2016). Partant de ce constat, le référent pourrait ensuite être considéré comme une blague interne (*inside joke*), qui se

différencie d'une blague générale, puisqu'elle nécessite, au préalable, une compréhension d'informations que seulement un certain nombre de personnes possèdent (*ibid.*). Le bon usage d'une blague interne (nature de la blague et références utilisées) contribue presque automatiquement à nourrir un sentiment d'appartenance au sein d'un groupe<sup>71</sup>, puisqu'elle vient renforcer un sentiment de cohésion, de proximité et de complicité entre les membres de celui-ci (*ibid.*). Enfin, la mobilisation de ce référent s'inscrit dans une logique de légitimation. Il montre qu'AOC connaît bel et bien la réalité de son électorat et des membres de son groupe interne. Le fait de mentionner une chaîne d'épicerie connue dans son discours est loin d'être banal, puisqu'un grand nombre de politicien-nes ont montré être déconnectés de leur électorat, notamment en étant incapable d'estimer, de manière adéquate, les prix d'un panier d'épicerie pour un foyer de leur circonscription (Judkis, 2018). Enfin, tous les autres référents culturels présents dans l'extrait (le *carrito* (petit chariot), la buanderie, les car-to-go) contribuent, à leur manière, à consolider et à concrétiser l'identité collective, new-yorkaise et plus terre-à-terre d'AOC. D'ailleurs, la majorité des pronoms dans l'extrait sont de la première personne du singulier, confirmant qu'il s'agit de *son* vécu : « *j'ai* passé du sac Trader Joe's au carrito ». Dans le même ordre d'idée, cette sous-stratégie vient jouer sur le caractère « branché » (Street, 2000) d'AOC, sur *sa* maîtrise des codes et des référents appartenant à son groupe interne, à son identité collective.

En somme, la mobilisation des référents culturels contribue à la stratégie de personnalisation puisque malgré que l'identité construite en est une collective, la construction de celle-ci passe principalement par les expériences individuelles d'AOC. L'attention est donc sur *elle*, sur *sa* conception et *sa* définition de l'identité, qui, dans ce cinquième extrait, est l'identité collective new-yorkaise.

#### 4.2.2.1.4 Le *storytelling*

La quatrième sous-stratégie en lien avec la personnalisation est le *storytelling*, c'est-à-dire, la mise en récit de la construction identitaire d'AOC. Le *storytelling* permet effectivement de raconter une histoire et donc, de mettre de l'avant le *processus* derrière une construction identitaire par le moyen d'une structure narrative : introduction – élément déclencheur – dénouement, et même parfois, en ayant des protagonistes et des antagonistes qui incarnent certaines identités (Seargeant, 2020). Le *storytelling* est

---

<sup>71</sup> De manière inverse, celles et ceux qui ne comprennent la blague, et donc ne partagent pas les mêmes référents, peuvent se sentir automatiquement exclus et rejetés du groupe, de ce fait, il y a des risques lorsque les blagues internes sont utilisées en contexte de discours politiques (*ibid.*).

fréquemment mobilisé dans les discours politiques et se démarque en raison, notamment, de sa force stylistique et argumentative (*ibid.*), comme le montre cet extrait :

- 6) And um, and 10 years ago I was a senior about to graduate college, wasn't quite sure about my future, I knew that I wanted to dedicate my life to community, I knew that I wanted to dedicate my life um in- in that immediate term to children and to education and to organizing. And I remember that I applied, there was kind of like this contest to be your commencement speaker. And I wrote a speech, and I sent it in, someone had encouraged me and I didn't get it. And eh- and I remember it was like very, um, it was like very heat- the competition was very heated and at the very end it was like me and maybe two other people. It was like 3 finalists. And eh, and a lot like people really excited and all of these things, and I didn't get it and I didn't get it and I was sitting there and you know the- the winning speech was about supporting our institutions and the winning speech was about, um, really like praising the way we have been doing things. And my Speech was like the total opposite. ((rires de la foule)) And I was like, I think I know why I wasn't picked. ((rires de la foule)) And um. And ten years later, my alma mater ask- eh- is like, you know, talking about, eh, coming back to graduation, it's not necessarily for- for delivering a huge commencement speech or whatever, but it's like, it's- it's funny how these things come full circle because the short term feels like failure. (D4, L53-66)

Ici, la structure narrative se déploie en trois actes : d'abord, nous avons l'héroïne, incarnée par AOC elle-même, qui postule à un concours dans le but de livrer un discours dans le cadre de la cérémonie de remise des diplômes de son collègue (acte I), puis, la compétition est serrée, elle se retrouve finaliste, mais n'est pas choisie (acte II), et enfin, persévérante et fidèle à elle-même, dans un moment de plénitude, elle est réinvitée à cette même institution dix ans plus tard en tant que conférencière (acte III). La morale de l'histoire est que les échecs, bien que décourageant à court terme, perdent de leur importance avec le temps si l'on reste fidèle à ses convictions. Cette structure narrative contribue à la construction identitaire d'AOC en illustrant des aspects personnels de son parcours, ce qui est d'ailleurs accentué par l'utilisation récurrente des pronoms de la première personne : « I » et « my ». AOC offre ainsi un accès privilégié à sa personne, à ses émotions, à ses idées et pensées (ressenties au moment de la narration), bref, un accès au-delà de son rôle et de ses responsabilités politiques.

Ajoutons qu'en racontant cette histoire, AOC s'inscrit dans une démarche d'humanisation. En partageant un souvenir personnel qui pourrait être perçu comme honteux, voire douloureux en raison de l'échec initial, elle adopte une justification du type : « tout le monde fait des erreurs, je ne suis qu'un être humain ». Cette acceptation de l'échec et l'absence de tout égo reflètent une posture d'humilité et de reconnaissance de ses torts. Toutefois, il existe un revers à cette médaille : AOC adopte également une posture « sans regret ». Elle souligne son échec avec autodérision, en riant et en soulignant qu'a posteriori, la raison de son échec est évidente : son discours était à l'opposé de celui qui a remporté le concours.

Néanmoins, elle maintient sa position initiale d'opposition aux institutions et au statu quo, une position omniprésente dans ses discours et centrale dans la stratégie de dichotomisation, que nous aborderons à la prochaine section. AOC met donc de l'avant les vertus de la patience et de l'humilité en se mettant en scène dans un récit tiré d'expériences passées.

#### 4.2.2.1.5 L'autodérision

Puis, pour terminer avec la stratégie de personnalisation, la dernière sous-stratégie que nous avons identifiée dans les discours d'AOC est l'autodérision. Précédemment, nous avons vu qu'AOC mobilise parfois l'humour (blague interne) pour communiquer et pour favoriser une identification affective à ses identités, et ici, nous verrons plus précisément comme elle utilise parfois l'autodérision comme outil pour réfuter ou ridiculiser les discours à son sujet. Cette sous-stratégie vient, elle aussi, faire écho à la seconde stratégie principale, soit celle de dichotomisation, puisqu'AOC s'inscrit dans un processus d'opposition, où elle s'inscrit en porte à faux avec les désignations et les discours qui circulent à son égard, car, en effet, « l'humour d'autodérision peut être une méthode efficace pour neutraliser les informations négatives à son sujet » (Bitterly et al., 2016). Dans ses discours, AOC mobilise souvent l'autodérision pour illustrer les disparités dans le traitement et dans les désignations des femmes en politique, comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessous :

- 7) We do not speak often enough about this crisis in real, human understandable terms. And that impulse is understandable, because when we speak in what scientist- in the terms that scientists are- are urging us to, we can ea- be easily labeled as **alarmists** or if you are not a man, **hysterical**. ((Rires de la foule)) (7 sec) ((Applaudissements, rires et cris de la foule)) (D7, L25-28)

Dans cet extrait, AOC mobilise l'humour, plus précisément, l'autodérision, pour illustrer comment les femmes luttant contre la crise climatique sont perçues encore plus négativement que les hommes. Les deux désignations rapportées par AOC, « alarmistes » et « hystériques », sont toutes les deux péjoratives. Cela dit, historiquement parlant, le terme hystérique a longtemps été utilisé comme une insulte visant à discréditer et injurier les femmes en politiques, voire les femmes tout court (Lind et Salo, 2002). En effet, l'hystérie, qui se rapporte à de la névrose et à des crises émotionnelles et qui peut également être défini comme une « excitation violente, inattendue, spectaculaire et qui paraît exagérée » (CNRTL), a longtemps été utilisée dans un contexte sexiste. De ce fait, en mentionnant cette désignation péjorative, AOC se la réapproprie en quelque sorte. En effet, grâce à l'humour et les rires de la foule venant prouver l'existence d'une blague d'autodérision, AOC retire le pouvoir associé à la désignation « hystérique » et reprend

symboliquement le contrôle sur son identité de femme politique ayant l'environnement à cœur. Les rires et puis les applaudissements de la foule agissent d'ailleurs comme la preuve qu'il y a un accord commun sur la nature ridicule de ces désignations, ce qui permet également de les rejeter.

Par ailleurs, en mobilisant l'autodérision, c'est-à-dire, l'acte de divulguer des informations négatives à son sujet en utilisant l'humour, AOC favorise une perception positive des publics envers elle, ceux-ci étant plus enclin à la percevoir comme étant plus chaleureuse et plus compétente même (Bitterly et al., 2016). Cela est principalement dû au fait que l'humour, dans ce cas, atténue l'impact, l'importance et la véracité d'un énoncé, de ce fait, il n'est donc plus tant question de savoir si l'énoncé est vrai, mais plutôt de si l'énoncé est drôle :

- 8) I was honestly a li- little bit surprised and incredibly humbled to be invited here today to speak on the issue of the climate crisis and the Green New Deal, um, back in the United States, many of us advocating on this issue have garnered a bit of a reputation as **troublemakers**. And eh, **radicals**. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) (D7, L7-11)

Dans cet extrait, qui est tiré du 7<sup>e</sup> discours du corpus prononcé à Copenhague au Danemark, AOC fait preuve d'autodérision en abordant sa réputation aux États-Unis, soit une réputation de « fouteuse de trouble » et de « radicale ». D'emblée, cela contribue à la construction de son identité collective au sein d'un mouvement, d'une cause sociale, soit le progressisme, mais cela contribue également à susciter de l'adhésion, et ce, de plusieurs façons. D'abord, cet énoncé permet en quelque sorte de diffuser les tensions, de reconnaître et d'aborder un potentiel éléphant dans la pièce, soit les vagues qu'elle fait aux États-Unis. Puis, en riant de cette étiquette qui lui est apposée par plusieurs, elle se différencie d'autres politicien·nes qui auraient voulu préserver une image positive en tout temps, et ce, sans exception. Cette blague à ses dépens participe également à une humanisation d'AOC, la rendant plus accessible (terre à terre), mais aussi plus humaine en mettant de l'avant son sens de l'humour. De plus, en fonction du contexte, plus sobre, de la prise de parole, l'humour au sein de cet extrait est nettement flagrant grâce aux marques d'applaudissements et cris de la foule.

Pour conclure, la stratégie de personnalisation contribue largement à la construction de l'identité individuelle d'AOC, en misant notamment sur l'identification affective des publics. Elle se désignant et en incluant des informations personnelles dans ses discours, AOC se situe socialement en mettant de l'avant

des caractéristiques qui fait elle quelqu'un d'unique, mais aussi quelqu'un à qui on peut faire confiance, en qui on peut se reconnaître, etc. L'impact de la stratégie sur la construction d'identités collectives ne doit cependant pas être négligé, celle-ci permettant à AOC de renforcer sa légitimité au sein d'un groupe précis et de nourrir un sentiment d'appartenance envers celui-ci. En racontant des histoires et en mobilisant des référents culturels partagés, elle délimite et valorise ces *in-group* identitaires (Robertson *et al.*, 2013), se cadrant de ce fait comme en étant une membre, une *insider*.

#### 4.2.2.2 La stratégie de dichotomisation

La deuxième stratégie discursive principale mobilisée par AOC dans ses discours est la stratégie de dichotomisation. Comme son nom l'indique, cette stratégie est essentiellement caractérisée par l'action de dichotomiser, l'acte de diviser en deux (CNRTL). Au fil de cette section, nous verrons donc comment AOC construit ses identités par la relation avec autrui, plus particulièrement, par la distinction avec autrui, en s'opposant ou rejetant carrément d'autres identités, mais aussi comment elle effectue un travail de réappropriation des identités qui lui sont parfois imposées par autrui, parfois auto-infligées. Cette stratégie est, à certains égards, à l'antipode de la précédente stratégie de personnalisation. Au lieu de mettre de l'avant et de valoriser les éléments qui font d'elle une *insider* au sein d'un groupe précis, ici, il est davantage question d'illustrer les différences qui font d'elle une *outsider*, une antagoniste.

Quatre sous-stratégies forment ensemble la stratégie principale de dichotomisation, soit l'adoption d'une posture externe, la (dé)valorisation, la réfutation et enfin, la mobilisation du champ sémantique de la guerre.

##### 4.2.2.2.1 L'adoption d'une posture externe

Dans les discours d'AOC, l'adoption d'une posture externe est un processus qui se déploie en trois phases distinctes. Dans un premier temps, AOC est confrontée à un rejet initial provenant de l'extérieur, qui lui nie une place au sein du milieu politique. Dans un second temps, elle réfute ce rejet en démontrant sa pertinence et sa légitimité au sein de la politique. Et, dans un dernier temps, elle adopte elle-même une posture de rejet vis-à-vis de ce même milieu qui l'a initialement ostracisé, de manière s'auto-exclure de cette soi-disant identité de politicien-ne.

Donc, dans un premier temps, AOC a vécu et subi un rejet initial :

- 9) I remember always trying to find **people like me**:, anywhere, with any sort of decision making power, **people that** had worked the jobs that I had worked, people who had working parents that I had had, **people that** lacked any sort of special connection or social influence, > being in charge or having a voice or saying anything < and I remember just not really seeing it. And, wondering if it was even possible. (D8, L55-59)

Dans cet extrait, AOC exprime ne pas avoir eu de modèle, de repère identitaire en grandissant, parce qu'elle n'avait jamais vu quelqu'un *comme elle* en politique, quelqu'un en qui elle pouvait se reconnaître et s'identifier. Elle mobilise d'ailleurs la figure rhétorique de l'anaphore, un procédé qui consiste en la répétition d'un même mot ou groupe de mots en début de phrases, qui a pour effet de créer une insistance, une emphase sur les mots répétés, renforçant ainsi leur impact, et peut aussi servir à structurer le discours, en lui donnant un rythme particulier et en facilitant la mémorisation (Molinié, 1997). Dans ce cas-ci, AOC insiste sur les *personnes comme elle*, avec la répétition de « people like me », comme on peut le voir à l'aide des groupes de mots en gras dans l'extrait. Ce manque de représentation est de ce fait amplifié par l'anaphore ainsi que par son débit accéléré, qui peut être identifié par les chevrons (> x <). Cette absence de représentation, de capacité à se reconnaître comme future élue devient une forme insidieuse d'exclusion lorsque potentielle participation politique ne semble pas uniquement être difficile, mais pratiquement impossible au regard des barrières élevées à l'entrée du champ exclusif de la politique (argent, réseau de contacts, etc.). Ce rejet initial se manifeste donc par le fait qu'elle, et les personnes comme elle ont été longtemps mises à l'écart, voire exclues, des espaces publics et politiques, révélant une rupture entre AOC, ce qu'elle est et représente, et la norme politique.

Dans un deuxième temps, AOC montre la vacuité de ce rejet initial en misant sur la mobilisation de justifications, souvent statistiques, témoignant de sa pertinence au sein du milieu politique :

- 10) People say what is possible in electoral politics. « People will vote for this, people won't vote for that ». The turnout for the 2018 midterm primary was 19%. 19% and everyone is talking about what is electorally possible. But here's another statistic, in New York's 14th Congressional District, in that primary, **we expanded the electorate by 68%** over the last off year midterm election. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) PEOPLE WILL VOTE IF THERE IS SOMETHING WORTH VOTING FO:R ! (D5, L117-121)
- 11) We won and I was honored to **win reelection with nearly 72%** of the vote in the **highest turnout election** that New York 14<sup>th</sup>, has ever, seen. WOO ! (D10, L46-47)

Ces extraits s'inscrivent tous les deux dans une logique de légitimation. AOC s'appuie effectivement sur les résultats favorables des élections ainsi que sur l'augmentation de la participation politique dans son district, comme reflet qu'elle a bel et bien sa place puisqu'elle a été élue et choisie par le peuple. Malgré

qu'AOC montre en quelque sorte sa légitimité au sein du milieu politique, on retrouve tout de même une certaine dichotomisation, c'est-à-dire, une certaine division entre elle et les autres. Lorsqu'elle dit que « les gens votent lorsque ça vaut la peine », elle sous-entend dans une certaine mesure qu'elle vaut la peine, puisqu'elle a réussi à mobiliser un grand nombre d'électeurs aux dernières élections, contrairement à d'autres avant elle « qui n'en valent pas la peine », pourrait-on paraphraser. Dans l'extrait 10, elle mobilise également une dimension dialogique pour étoffer son argument, c'est-à-dire qu'elle fait allusion à des discours antérieurs auxquels elle s'oppose systématiquement, soit que « *people will vote for this, people won't vote for that* », mais ils ont voté pour elle. Cette dimension dialogique est d'ailleurs mobilisée dans le prochain extrait, qui, lui aussi, contribue à la légitimation d'AOC en mettant de l'avant le nombre de signatures accumulées au moment du dépôt de son projet de loi :

12) When we first were engineering it before it was introduced, they were saying « she's divisive », « she's too confrontational ». « No one will sign on to a single piece of legislation that she introduced ». And then the first day, we were able to introduce the resolution in both chambers, **co-sponsored by every presidential candidate a- and every democratic presidential candidate** ((Rires de la foule)) and 65, House, members. ((Applaudissements et cris de la foule)) [...] Now that number has **climbed to 84 co-sponsors** in the House. In just one week. (D3, L47-55)

Ici, AOC reprend des discours qui circulent à son sujet et sur ses politiques, lesquels soutiennent qu'elle est trop polarisante et qu'elle ne réussira jamais à faire adopter une législation. Cela témoigne du rejet initial de l'institution politique envers elle. Par la suite, elle montre qu'en réalité, elle bénéficie du soutien d'un grand nombre de personnes, puisqu'elle peut compter sur l'appui de tous les candidats présidentiels *démocrates* ainsi que 84 membres du Congrès. Ce type d'argumentation fait d'ailleurs écho à la technique de contre-argumentation de l'occupation, qui consiste à contrer d'avance une objection possible de l'adversaire en y répondant d'emblée, sans y avoir été invité (Doury, 2021). L'occupation, selon Doury, se déploie en deux temps. D'abord, l'acteur introduit l'objection en question que pourrait soulever l'adversaire, puis il réfute cette objection, ce que fait AOC dans cet extrait, de manière à établir qu'elle a effectivement sa place au sein de l'institution, et ce, car elle rencontre du succès. Cette structure argumentative sera d'ailleurs présentée plus en détail lors de la présentation de la troisième sous-stratégie, soit celle de réfutation.

Enfin, dans un troisième temps, AOC cesse de démontrer qu'elle sa place, et adopte en fait, une posture d'opposition plus assumée, qui vient essentiellement dire : « je ne veux pas être associé sur le plan

identitaire à un groupe qui ne veut pas de moi ». Elle incarne donc une posture de mouton noire, ce qui vient en quelque sorte, consolider sa construction d'identité d'*outsider* :

- 13) Because I've been in that chamber. I've been told by- **from people on both sides of the aisle** that we need to frack more, that we be- need to build more pipelines- both sides of the aisle ((Foule hue)). (D5, L62-64)

Dans cet extrait, AOC se montre comme une sorte d'agente double. En présentant à l'auditoire ce qui se passe à l'intérieur du Capitol, elle permet de s'en distancer. Exprimé autrement, en critiquant le positionnement adopté par « des membres des deux côtés de l'allée », elle s'ancre donc, elle-même, dans une posture dénuée d'affiliation politique. Ce procédé fait d'ailleurs écho au rejet de l'étiquette de politicienne précédemment abordé. Elle ne s'identifie pas comme politicienne puisqu'elle ne s'identifie pas à l'institution et aux valeurs de la majorité des politicien·nes.

Cette construction identitaire de mouton noir, largement reprise par AOC tout au long de ses discours, est ancrée dans une dichotomisation où il y aurait d'un côté, le monde de la politique partisane et de l'autre, AOC. Cette sous-stratégie permet donc de situer AOC, et donc, de construire son identité politique individuelle, qui se veut une identité d'antagoniste, tout en valorisant la démocratie. En effet, AOC souligne ses succès électoraux et politiques. Par le fait même, elle discrédite et critique les normes et les personnes qui perpétuent ces normes, tout en pointant vers des possibilités de changement, puisque malgré tout, contre toute attente, elle excelle dans son rôle.

#### 4.2.2.2.2 La (dé)valorisation

Par la suite, la posture d'*outsider* réappropriée par AOC met en lumière ces différences identitaires (genre, âge, ethnicité, classe, etc.), et permet aussi d'illustrer en quoi elle se distingue des autres politiciens sur le plan idéologique. La seconde sous-stratégie de dichotomisation mobilisée par AOC, fait donc écho à l'une des structures argumentatives élaborées par Van Dijk (2006) qui porte le nom de carré idéologique, et qui constitue en grande partie à la valorisation de soi et la dévalorisation d'autrui :

- a) Mettre de l'avant nos bonnes caractéristiques
- b) Mettre de l'avant leurs mauvaises caractéristiques
- c) Atténuer nos mauvaises caractéristiques
- d) Atténuer leurs bonnes caractéristiques

Partant de ce carré idéologique, nous avons identifié que, dans ses discours, AOC insiste sur ses bonnes caractéristiques (a) et sur *leurs* mauvaises caractéristiques (b), mobilisant ainsi principalement deux des quatre coins du carré. Il y a donc une tentative de valorisation du groupe interne (soi) ainsi qu'une dévalorisation du groupe externe (autrui), ce qui s'inscrit définitivement dans une logique de dichotomisation, de dualité entre elle et les autres.

Une des manières dont cette sous-stratégie de (dé)valorisation est véhiculée dans les discours d'AOC est par la construction d'un rapport d'opposition entre elle et l'autre :

14) This race is about **people** versus **money**. We've got **people**, they've got **money**. It's time we acknowledge that **not all Democrats are the same**. That a Democrat who takes corporate money, profits off foreclosure, doesn't live here, > doesn't send his kids to our schools, doesn't drink our water, or breathe our air, cannot possibly represent us <. (D1, L9-12)

Dans cet extrait tiré du premier discours du corpus, AOC oppose le peuple à l'argent. À l'aide des pronoms mobilisés, nous inférons qu'AOC incarne le peuple (we/nous), tandis que ses opposants sont en fait représentés par l'argent (they/ils). Ce rapport d'opposition vient d'ailleurs faire écho au rejet initial subi par AOC par le milieu politique, ce qui nourrit sa posture d'*outsider*. De plus, dans ce même extrait, elle dit explicitement que les démocrates ne sont pas tous les mêmes, rejetant, une fois de plus, cette étiquette partisane, malgré son affiliation à ce parti. Cette différenciation est d'ailleurs marquée par l'usage du pronom personnel de la première personne du pluriel à la toute fin de l'extrait : « ne peut pas *nous* représenter ». En s'incluant dans la population qui est représentée par la personne élue, elle s'ancre davantage dans ce groupe interne qu'est le peuple, et plus précisément, dans un groupe interne constitué des gens du Bronx et de Queens. Le rapport d'opposition est d'ailleurs renforcé par les distinctions soulevées par AOC : accepter de l'argent de grosses corporations, profiter de saisies de maisons, ne pas vivre dans le Bronx, ne pas envoyer ses enfants dans les institutions scolaires du Bronx, ne pas boire l'eau et ne pas respirer l'air du Bronx, etc. Grâce à la figure rhétorique de l'accumulation (Molinié, 1997), AOC énumère plusieurs « mauvaises caractéristiques » attribuées à l'autre, qui, dans ce cas-ci, est principalement incarné par son opposant aux élections, Joe Crowley, une figure centrale du parti démocrate des États-Unis, qui ne résidait effectivement pas dans le district du Bronx/Queens, et ce, depuis plusieurs années malgré qu'il en était le représentant (voir Goldmacher, 2018). Elle crée donc un effet cumulatif, d'amplification, en mettant l'accent sur les *nombreuses* preuves et arguments en faveur de sa posture de critique de la qualité de la représentation politique antérieure, renforçant ainsi le pouvoir persuasif de son discours (*ibid.*).

Nous remarquons également que, dans ses discours, AOC enchaîne souvent les deux structures argumentatives du carré idéologique (valorisation de ses bonnes caractéristiques et dévalorisation de leurs mauvaises caractéristiques, et ainsi de suite), comme on peut le voir dans l'extrait suivant :

- 15) **And cynicism, about our future is exactly what the opposition wants. It's exactly what they want. > They want you to think that it's too late. They want you to think that the future is pre-written. They want you to think that the power is too far inbalanced. And I'm here to tell you that all of those things are false.** < (4 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) We are at a crossroads unlike any we have seen before, but the good thing is that the average everyday person has never been more powerful in human history than it is today. (1 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) Never been more powerful. (1 sec) Between the- our abilities to educate ourselves, educate others, the abilities to win over our families, to have these conversations, to register and get people to the polls, > to have people organize around issues, to elevate our collective consciousness about our racial history, about our- our- about our nation's history, about our science, about everything that is bringing us to this moment, we have never been more powerful and big money has never been weaker. And that is exactly why they are fighting so hard < against the Green New Deal. ((Applaudissements et cris de foule)) (D5, L69-82)

Les quatre premières lignes de l'extrait (en gras) sont effectivement caractérisées par une mise en exergue des mauvaises pratiques, idéologies et valeurs de l'*opposition* : cynisme, manque de confiance, déséquilibre du pouvoir, etc. Plus encore, AOC s'oppose directement à ces prises de position en affirmant que « toutes ces choses sont fausses », consolidant par le fait même son désaccord. Puis, elle poursuit avec son contre-argument, soit les pratiques positives de *son* groupe : pouvoir électoral, force organisationnelle, volonté de changement, capacité de s'éduquer les uns les autres, etc. Le débit accéléré de l'énumération vient par ailleurs souligner la force avec laquelle AOC réfute les prétentions de l'opposition, en misant sur l'accumulation de preuves contraires. Plus encore, le rapport d'opposition est marqué par le changement dans les pronoms au fil de l'extrait. Au début (en gras), AOC priorise des pronoms de la troisième personne du pluriel (they/ils), puis enchaîne à partir de la cinquième ligne de l'extrait avec des pronoms de la première personne du pluriel (we/nous). L'usage répétitif et contrasté de ces pronoms personnels est indicateur du rapport d'opposition qui est construit. AOC conclut enfin sa tirade en cristallisant cette opposition à travers différents camps, différents symboles évocateurs : la personne ordinaire à laquelle AOC s'identifie et se pose en représentante, qui n'a jamais été aussi forte versus *Big Money* qui n'a jamais été aussi faible. En insistant sur ce *qu'elle est* ainsi que sur ce *qu'elle n'est pas*, AOC amplifie les repères identitaires permettant à celles et ceux intéressés à se joindre à elle et à sa cause, de facilement comprendre ce qui fait et ne fait pas partie de son identité collective. De plus, cela lui permet de réfuter certaines attaques qui sont mobilisées par le camp adverse pour déconstruire et

décrédibiliser son groupe interne, reprenant ainsi la structure argumentative de l'occupation, telle que présentée précédemment. De fait, elle contribue à solidifier et valoriser celui-ci au sein de l'espace public et politique.

Une autre particularité de cette sous-stratégie est la capacité d'interprétation du public, c'est-à-dire, le sous-texte, qui permet de comprendre ce qui est valorisé et dévalorisé, comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessous :

- 16) It's no secret that we are meeting here today at a very perilous juncture, a crossroads. One of **extinction or opportunity**. And every decision we make between now and in our children's lifetimes will determine how human life will fare, whether we suff- **suffer greatly, or build together**. It is our choice. To the chagrin of many of the politicians and voters, I am sad to report that there is no middle road on the climate crisis. We will either **address the problem meaningfully and in accordance with scientific consensus, or we will not**. The statement is not a matter of radicalism, it is a matter of fact, of policy and of science. And many of the decisions we make, particularly as executives and policymakers, will either contribute to **destruction or preservation**. (D7, L13-20)

Dans cet extrait, AOC mobilise la figure rhétorique du faux dilemme ou fausse dichotomie, de façon à faire ressortir les différences entre elle et autrui. Cette figure rhétorique, qui consiste à présenter deux options comme étant les seules possibles, alors qu'en réalité, d'autres alternatives existent (Molinié, 1997), permet, en quelque sorte, à AOC de simplifier le débat, mais aussi, de mettre de la pression en forçant un choix entre deux extrêmes : l'opportunité ou l'extinction, la souffrance ou la croissance, la préservation ou la destruction. AOC met donc en lumière les grandes oppositions entre progressistes et conservateurs, et se positionne par le fait même derrière la proposition qui est la plus acceptable, ce qui s'inscrit dans une visée persuasive, où AOC oriente ses publics vers les choix qui ont automatiquement plus de sens. Elle mise effectivement sur l'agentivité de ses publics en affirmant qu'il s'agit de « *notre* choix », cadrant ipso facto, toute personne s'opposant à ces propositions comme faisant partie du problème. En plus de s'inscrire dans un processus de persuasion, l'utilisation de la fausse dichotomie, dans ce cas, se veut également mobilisateur, c'est-à-dire, qu'AOC pousse, incite et motive ses publics à voir l'enjeu de la crise climatique comme étant un enjeu sensible, nécessitant des actions immédiates. À cet égard, AOC trace une ligne claire entre ses actions et ses valeurs et celles du groupe opposé, soit les conservateurs économiques et environnementaux. Elle se range du côté de l'opportunité, de la préservation, de celles et ceux qui construiront ensemble, tandis que celles et ceux qui s'opposent à elle sont automatiquement classés du côté de l'extinction, de la souffrance et de la destruction. Cette simplification des points de vue fait d'ailleurs écho à la figure de l'homme de paille (Doury, 2021), c'est-à-dire, qu'AOC caricature et exagère

également les deux options, les deux postures. En bref, dans cet extrait, AOC mobilise largement la dimension rhétorique, ce qui a le potentiel de mettre de la pression, mais aussi de reprendre le contrôle sur la narrative, de mettre l'accent sur les choses qu'elle juge primordiales, prioritaires, soit la crise climatique.

En somme, la sous-stratégie de (dé)valorisation permet, comme son nom l'indique, de valoriser ses idées, ses priorités, ses identités, et ses valeurs, tout en dévalorisant les caractéristiques jugées négatives, voire dangereuse de l'autre côté. En misant sur *ses* bonnes actions et sur *leurs* erreurs, AOC trace une ligne évidente entre « eux » et « nous ».

#### 4.2.2.2.3 La réfutation

Pour ce qui en est de la troisième sous-stratégie, celle-ci a été abordée à quelques reprises auparavant, et se caractérise plus particulièrement par la manière dont AOC réfute des opinions auxquelles elle s'oppose. Cette sous-stratégie, qui est principalement marquée par la structure argumentative de l'occupation (Doury, 2021), consiste à délégitimer une position adverse en présentant, au préalable, des arguments contre celle-ci, c'est-à-dire, sans nécessairement avoir été invité à le faire. Dans les discours d'AOC, nous avons observé qu'elle s'oppose à plusieurs reprises (5 occurrences dans le corpus) à une mentalité en particulier, adoptée par l'opposition, soit la « pensée à somme nulle », comme on peut le voir dans l'extrait suivant :

- 17) When we stand up for the rights of people of color they will say « why are you being divisive ? » When we stand up for the rights of immigrants they'll say « what about us ? », and what we are here to do is **reject the zero sum mentality that another person's gain must necessitate another's loss.** (2 sec) ((Applaudissements de la foule)) We reject that world. (1 sec) We reject that world, > we reject that form of economics, we reject that form of politics. < (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) We- we do not have to reject economic growth for social dignity and vice versa, **we can have both. We can have both.** (D3, L85-92)

La pensée à somme nulle, ou la *zero sum mentality* en anglais est définie par l'incapacité qu'ont certaines personnes à envisager que des problèmes sociaux peuvent avoir une résolution dite « gagnant-gagnant » (Argenton, 2023), ou comme AOC le dit dans l'extrait ci-dessus « la mentalité que le gain d'une personne nécessite une perte pour une autre ». Comme en témoigne l'extrait 17, la sous-stratégie de réfutation mobilise fréquemment la dimension dialogique, c'est-à-dire, qu'AOC reprend et rapporte des discours de manière s'en opposer. En reprenant le discours des autres, elle encapsule l'essence de la pensée à somme nulle, « qu'en est-il de moi? », « pourquoi es-tu autant polarisante ? », et s'y oppose directement : « nous

n'avons pas à rejeter la croissance économique au profit de la dignité sociale et vice versa, nous pouvons avoir le deux. Nous pouvons avoir les deux ». En répétant à deux reprises que *les deux sont possibles*, elle réfute qu'en réalité, il existe bel et bien des solutions où tout le monde s'en sort gagnant. Cette posture en opposition à la pensée à somme nulle contribue d'ailleurs à la construction identitaire collective d'AOC. Dans un premier temps, elle est caractérisée par l'usage du pronom « nous », ce qui reflète une posture collective. Dans un deuxième temps, elle nourrit cette identité d'inclusivité largement présente dans le corpus, où tout le monde est inclus et visé par ses politiques publiques. Par ailleurs, puisque les discours rapportés ne sont pas rattachés à des individus précis, cela permet à AOC d'adopter, encore une fois, une posture d'*outsider*, et de plutôt critiquer un ensemble de règles, une institution ou comme elle le dit dans l'extrait : « un monde, une forme d'économie et une forme de politique ». La présence de la figure rhétorique de l'anaphore, caractérisée par la répétition de « we reject », amplifie d'ailleurs ce rejet et cette distanciation de la pensée à somme nulle.

En somme, la réfutation est centrale aux discours d'AOC. L'exemple que nous venons de présenter, soit le rejet de la pensée à somme nulle, n'est qu'une des nombreuses manières dont AOC encapsule une posture à laquelle elle s'oppose, puis présente des arguments contre. Cette structure argumentative, ancrée dans une dichotomisation, est donc largement mobilisée par AOC et lui permet de construire ses identités en se distinguant d'autrui, et ce, via la critique, mais lui permet aussi de persuader, contribuant de ce fait à ce que les membres des publics adoptent une mentalité comme la sienne.

#### 4.2.2.2.4 La mobilisation du champ sémantique de la guerre

Pour conclure avec la stratégie de dichotomisation, la quatrième et dernière sous-stratégie que nous avons identifiée renvoie la mobilisation du champ sémantique de la guerre. Tel que présenté précédemment, l'univers référentiel, ou champ sémantique, de la guerre a été largement mobilisé dans les discours d'AOC. Cette sous-stratégie contribue d'une part, à la définition des forces opposées comme étant, symboliquement, en guerre l'une contre l'autre, et d'autre part, à la mobilisation et au « ralliement des troupes ».

En premier lieu, le champ sémantique de la guerre a été identifié par le repérage de groupes de mots directement rattachés à la guerre, tels que « se battre pour » et « se battre contre ». Au fil des prochains extraits, nous verrons plus précisément *pour* qui AOC se bat dans ses discours, mais avant, voyons *contre* qui elle se bat :

- 18) Because the logic that **we are fighting against** right now, this is not just about putting solar panels on our homes. **We are fighting against** the logic that says poisoning and giving communities cancer is OK if an oil company can post a Q1 profit. And we're here to say no more. (3 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) **What we are fighting against**, what we are **fighting against**, is a logic that says it is OK to pay someone less than they need to live, and we are here to say no more. (2 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) **And what we are also fighting against**, is a logic that says we can extract enough off of human life and our environmental resources to the point of destroying our own humanity just to post profit, no more. We will not accept that, anymore. We cannot accept that anymore. ((Applaudissements et cris de foule)) (D5, L91-100)

Dans l'extrait ci-dessus, nous observons deux principales figures rhétoriques venant contribuer à l'argumentation d'AOC, soit l'anaphore (en gras) et l'épiphore (souligné). L'épiphore se distingue de l'anaphore puisque les mots ou groupes de mots répétés se retrouvent à la fin de la phrase au lieu d'être au début (Molinié, 1997). À l'aide de l'anaphore, AOC énumère diverses logiques contre lesquelles elle se bat. L'épiphore lui permet d'insister sur le fait que ces mêmes logiques doivent cesser (« no more »), confirmant une fois de plus son refus et son opposition face à celles-ci. Ces deux figures rhétoriques contribuent ainsi à accentuer le champ sémantique de la guerre. Dans l'extrait précédent, AOC ne cible pas nécessairement d'individus ou de groupes, mais expose plutôt l'illogisme du point de vue contraire au sien. Cela dit, dans l'extrait suivant, elle désigne explicitement le groupe ennemi contre lequel elle se bat :

- 19) WE ARE NOT GONNA GIVE UP, ON **THE FIGHT** TO DECARBONIZE OUR ECONOMY, TO MAKE SURE THAT WE LIVE A SUSTAINABLE AND JUST AND PROVIDE AND- AND HAVE A LIFE AND AN ENVIRONMENT **THAT PROVIDES FOR ALL PEOPLE, NOT JUST THE PRIVILEGED FEW**. (D5, L6-8)

Dans ce 19<sup>e</sup> extrait, d'une certaine manière, AOC se déclare être en guerre contre « les privilégiés » (*the few*), soit le 1%, les élites économiques, sociales et politiques des États-Unis. Par le fait même, elle dit se ranger du côté de la durabilité et d'une économie décarbonisée. De plus, en s'opposant à *the few*, elle se range du même coup du côté de la majorité. Cela solidifie donc l'importance qu'a le *peuple* dans les discours d'AOC, mais également une posture inclusive qui est la sienne et qui est révélatrice de son identité collective progressiste. Ces deux notions, le peuple et l'inclusion se retrouvent d'ailleurs dans plusieurs extraits où AOC décrit *pour* qui elle se bat.

En effet, lorsqu'AOC définit le camp qu'elle représente sur le champ de bataille, elle le fait de deux principales manières : en se centrant autour des familles ouvrières (extrait 20) et en faisant preuve d'inclusivité (extrait 21) :

20) how we, um, **fight for working people and working families** in the United States. (D6, L20-21)

21) because when we talked about racial and economic justice, racial and social justice, we started to a- to really extend those issues to the issues of economic justice, environmental justice and **the intersectionality and interconnectedness of all our fights**. ((Applaudissements et cris de la foule)) (D2, L10-15)

Comme c'était le cas avec les désignations et les autodésignations, le fait de mentionner pour qui ou contre qui AOC se bat, permet de définir son groupe interne, son camp et donc, celles et ceux qui sont incluses dans les luttes et dans l'identité progressistes. Dans les deux extraits précédents, AOC nomme qu'elle se bat pour les familles ouvrières et puis reconnaît l'intersectionnalité d'un grand nombre de batailles existantes sous le parapluie progressiste : batailles pour la justice raciale, pour la justice sociale, pour la justice économique, pour la justice environnementale, etc. En ce sens, la mobilisation du champ sémantique de la guerre n'a pas uniquement une visée dichotomique, mais également inclusive, comme en témoigne une fois l'extrait suivant :

22) That's what we're gonna do, because we need to **advance and fight** for an America where ALL people are welcome, and **no people are left behind**.. (D2, L30-31)

On retrouve effectivement une description fréquemment reprise par AOC, soit qu'elle se bat pour « une Amérique où *tout le monde* est le bienvenu ». Cette posture d'inclusivité est d'ailleurs amplifiée par la phrase « no man left behind »<sup>72</sup>, en référence à l'une des promesses de l'armée américaine, soit de ne jamais abandonner l'un des leurs (Bjorkman, 2020). En mobilisant cette phrase, AOC joue donc sur la symbolique rattachée à cette expression pour définir son identité, mais promet aussi, en quelque sorte, qu'elle n'abandonnera jamais personne. D'un point de vue pragmatique, cet extrait peut effectivement prendre la forme de l'acte de langage de *promettre* et donc, peut agir comme un engagement de la part d'AOC envers ses publics, contribuant par le fait même, à créer de potentiels liens entre elle et eux.

La seconde particularité de l'usage de ce champ sémantique dans les discours est la visée revendicatrice et mobilisatrice. En effet, la mobilisation de l'univers référentiel de la guerre dépasse parfois le stade de la description, pour permettre une certaine revendication de la part d'AOC ainsi qu'une mobilisation de ses publics. Pour ce qui en est de la revendication, celle-ci passe, dans le cas d'AOC, par une déclaration

---

<sup>72</sup> L'expression « no man left behind » ne connaît pas de traduction exacte en français, mais peut essentiellement être traduit par « personne n'est abandonnée » (traduction avec DeepL).

de guerre contre le statu quo, et donc, pour les droits des minorités, des personnes marginalisées, entre autres, comme on peut le voir dans l'extrait suivant :

23) Because when we do that and when we **fight for ourselves** and we say it's not just about any job, we need to have a dignified job. We need to create dignified jobs in New York City, jobs that pay well, jobs that contribute to community ! Jobs that are part of a moral economy ! (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) We do not have to settle for scraps in the greatest city in the world. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) We do not. We deserve more and we can ask for more. (D3, L116-121)

Par définition, la revendication consiste à « réclamer ce qui est considéré comme revenant de droit, comme dû » (CNRTL), en d'autres mots, à ce qui n'est pas encore acquis, comme le droit à des emplois dignes dans l'extrait 23. Cette posture de revendication est accompagnée du champ sémantique de la guerre, « fight for ourselves », mais est également amplifiée par l'hyperbole présente dans le même extrait : « nous n'avons pas à nous contenter de miettes dans la meilleure ville du monde ». Cette exagération contribue donc à l'amplification de ce sentiment de redevabilité, tout en consolidant l'identité collective new-yorkaise d'AOC.

En plus de la revendication, AOC tend d'ailleurs à adopter un processus de mobilisation à l'aide du champ sémantique de la guerre, comme nous l'observons dans l'extrait suivant :

24) ARE YOU ALL READY TO MAKE A **RUCKUS**: ? ((cris d'approbation de la foule)) ARE YOU ALL READY TO **FIGHT** FOR OUR RIGHTS: ? ((cris d'approbation de la foule)) (D2, L2-3)

AOC s'inscrit dans une logique de mobilisation, plus précisément, en venant rallier les troupes. La question « êtes-vous prêts à vous battre ? » agit donc à deux niveaux. D'abord, elle mobilise directement l'univers de la guerre à l'aide du verbe « battre ». Cette question agit de plus comme un cri de ralliement, venant inciter une action future et concrète, soit celle de revendiquer ses droits. En d'autres mots, la question qui est posée ainsi que les cris d'approbation de la foule contribuent à créer un engouement envers la cause progressiste. Nous observons effectivement la présence de l'acte de langage d'*inciter*, soit l'acte de pousser son public vers une action future, qui, dans ce cas-ci, est l'acte de se battre pour ses droits. Par ailleurs, dans ce même extrait, nous observons la présence d'un champ sémantique secondaire, voire moins important, dans le corpus, soit celui du chaos et de la perturbation, qui est véhiculé par la question « êtes-vous prêts à semer le désordre ? » (*ruckus*). En employant la forme interrogative, AOC attire l'attention de son public en venant le solliciter et l'interpeller directement. Ce point sur la mobilisation

sera d'ailleurs largement approfondi lors de la présentation de la quatrième stratégie discursive, soit la stratégie de ralliement.

Le recours par AOC au champ sémantique de la guerre facilite l'élaboration de la description de son propre camp ainsi que de son identité, tout en permettant, par extension, la définition claire du groupe et des enjeux auxquels elle s'oppose. Cette sous-stratégie alimente la dichotomisation dans les discours en introduisant un niveau supplémentaire de distinction : il ne s'agit plus simplement de différencier l'Autre de soi-même, mais bien de se positionner explicitement en guerre contre celui-ci. Suivant cette logique, cela permet à AOC de ne pas simplement faire de l'inclusion descriptive, voire passive, mais bien de se battre pour cette inclusivité, en inscrivant son discours dans une dynamique active et engagée pour la défense de ses valeurs et de son camp politique.

Pour résumer, la stratégie de dichotomisation est essentiellement une stratégie antinomique, c'est-à-dire, qu'elle est remplie d'oppositions et parfois même de contradictions entre deux idées, deux principes, deux postures, etc. (voir Molinié, 1997). À l'aide des diverses sous-stratégies, AOC s'en prend à l'institution politique, aux élites qui en font partie, tout en s'appropriant une identité inclusive et près du peuple, illustrant, une fois de plus, les différences entre elle et autrui. La dichotomisation permet donc de décrire et définir les deux camps qui s'opposent tout en mobilisant une série d'arguments, de preuves venant souligner l'illogisme de la pensée adverse.

#### 4.2.2.3 La stratégie de ralliement

Enfin, la troisième et dernière principale stratégie discursive en lien avec la construction identitaire d'AOC est la stratégie de ralliement. Celle-ci vient directement faire écho à notre question générale de recherche, puisqu'elle est caractérisée par diverses sous-stratégies visant à susciter l'adhésion et à rallier les progressistes. Comme nous l'avons vu au fil de la présentation des résultats, AOC mobilise, incite et fait souvent appel à ses publics dans ses discours. Cela dit, dans cette section, nous verrons comment ces actions contribuent à nourrir un sentiment de cohésion et d'appartenance envers un groupe social et une identité collective, mais aussi envers AOC elle-même en tant que personnalité publique. Au fil des discours d'AOC, nous avons observé que la stratégie discursive de ralliement se découle en quatre moments, soit

la reconnaissance, le rassemblement et la motivation des publics, puis enfin, la création d'une coalition progressiste.

#### 4.2.2.3.1 La reconnaissance des publics

Pour commencer, dans ses discours, AOC mobilise fréquemment la dimension interactionnelle, et ce, de manière à interpeller directement ses publics et à entrer dans une forme de dialogue avec ceux-ci. La sous-stratégie de reconnaissance des publics est donc marquée par diverses marques d'interpellation, qui s'inscrivent dans une logique de reconnaissance sociale, et donc, qui agissent comme des outils contribuant à la création et à la consolidation de diverses identités sociale (voir Ellis et Stimson, 2012). Dans le cas des discours d'AOC, nous avons constaté que ces actes de reconnaissance passent souvent par la manière dont elle met de l'avant des attributs spécifiques de ses publics de façon à les complimenter, à les approuver. En ce sens, lorsqu'AOC interpelle son public comme elle le fait dans l'extrait suivant, elle contribue à la création de liens entre elle et celui-ci :

25) and I remember 10: years ago, a little over 10 years ago, when my college graduation was- was coming up- **is anyone here a senior ?** ((Applaudissements et cris de la foule)) **There you go, congratulations !** ((Applaudissements et cris de la foule)) **Anyone here first in their family on one or both sides to go to college ?** ((Applaudissements et cris de la foule)) **That's what I'm talking about.** ((Applaudissements et cris de la foule)) When I say that the change in this country is real, that is exactly the kind of thing that I'm talking about. That's what I'm talking about. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) I'm talking about an entire generation that is changing and creating history in their own family line by being the first to go to college, or being the first to start a business, or being the first to express themselves creatively in a bold and courageous way. (D4, L40, 52)

Dans cet extrait, qui mobilise également la sous-stratégie du storytelling, AOC fait des liens entre sa propre histoire et celle des membres du public en les interpellant directement : « est-ce qu'il y en a d'entre vous qui sont sur le point de graduer ? », « est-ce qu'il y en a d'entre vous qui sont les premiers de leur famille, d'un côté ou de l'autre, à aller à l'université ? », « et voilà, félicitations ! », « c'est de ça que je parle ». À l'aide de ces interrogations et exclamations, AOC tire des liens entre l'histoire qu'elle raconte et les membres de son public. Cela contribue entre autres à ce que son public s'identifie à elle, à son vécu, à son histoire. De plus, l'énoncé ci-haut est marqué par l'acte de langage de *féliciter*, c'est-à-dire qu'AOC manifeste son appréciation et sa reconnaissance des accomplissements et des réussites de son public. Cet acte, qui s'inscrit dans une logique de valorisation de ses publics, permet potentiellement de nourrir des liens sociaux positifs entre elle et les étudiant-es finissant-es et celles et ceux étant les premier-ères à accéder à un niveau d'études supérieures, puisqu'elle établit qu'il y a une compréhension et une

appréciation mutuelles. D'ailleurs, en disant « c'est de ça que je parle », AOC établit une relation de causalité entre les accomplissements de ces étudiant·es et les changements positifs au sein du pays.

On retrouve cette même sous-stratégie dans l'extrait suivant :

- 26) And I know, that while this year has been historic, **there's a lot more Congresswoman** left here, in this audience right now. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) **There's a lot more City Council women, there's a lot more, workers** that will be building a- a businesses, there's a lot more, there's an- and I know that there's **a future president** out here too. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) (D2, L32-35)

Dans cet extrait, AOC fait preuve de reconnaissance de son public, en évoquant un certain sentiment de confiance face aux futurs rôles qu'occuperont les femmes présentes dans la foule. En effet, ces interpellations contribuent à inspirer, à motiver, mais également à reconnaître le talent et les opportunités qui se présentent aux femmes participant à la Women's March, événement durant lequel le discours a été prononcé. En ce sens, en exprimant qu'il y a « une future présidente » dans la foule, AOC vient potentiellement nourrir l'envie de certaines membres de son public à s'impliquer et à participer à la vie politique. Il y a effectivement une logique de reconnaissance mutuelle entre AOC et les femmes dans l'auditoire, ancrée dans une solidarité féminine (Butler, 2017), ce qui peut être perçu comme un transfert de pouvoir symbolique entre celles-ci, notamment considérant la posture largement adoptée par AOC dans ses discours, c'est-à-dire une posture d'*outsider*.

#### 4.2.2.3.2 Le rassemblement des publics

Par la suite, le ralliement des publics dans les discours d'AOC passe, dans un deuxième temps, par le rassemblement de ceux-ci. Comme la précédente, cette sous-stratégie mobilise également la dimension interactionnelle, c'est-à-dire, qu'AOC interpelle et interagit avec ses publics, mais cette fois-ci, elle agit dans une logique de regroupement, tant émotionnel, que physique, plutôt que de reconnaissance sociale. L'extrait ci-dessous présente d'ailleurs la manière dont AOC regroupe et rassemble physiquement les membres de ses publics :

- 27) I want to ask you to engage in your community. You know, so often here in New York City, we can go years living on our floor and never knock on our neighbors door. And I'm asking you to knock on your neighbor's door. I'm asking you to check in on each other, to talk to people that you've never talked to before. In fact ! **Let's take a moment and I want you to turn around and shake the hand of everyone around you. (1 sec) And greet them.** I should have at the beginning. Sorry guys. ((AOC rit )) (15 sec) ((Voix de la foule)) And just like that: ! We can create

community. It really just takes that invitation to do that. It really takes that pause to get to know and really see the faces of the people around us. (D3, L102-109)

Dans cet extrait tiré de son discours d'inauguration dans le Bronx, AOC insiste sur l'importance de s'impliquer dans sa communauté, et pour ce faire, elle mobilise un acte de langage exercitif (Krieg-Planque, 2017), soit l'acte de *commander*. Elle exerce effectivement son autorité pour exiger de son public la réalisation de certains comportements, pour lui donner des ordres : « je vous demande de veiller les uns sur les autres » et « serez la main de tout le monde autour de vous ». En arrêtant son discours pour demander à son public de se saluer et de se serrer la main<sup>73</sup>, AOC crée un lien non seulement physique (les mains), mais potentiellement affectif (sentiment d'appartenance à une communauté) entre les membres de l'auditoire. Dans ses propres mots, un sentiment d'appartenance à un groupe social se fait « juste comme ça ! », « il suffit d'une invitation pour y parvenir », invitation que lance AOC dans son discours. En bref, cet extrait est illustratif de la manière dont AOC rassemble des gens à l'aide de ses discours en les invitant à prendre un moment pour créer des liens et à s'impliquer auprès des membres de leurs communautés.

De plus, dans les discours d'AOC, inclusion et ralliement semblent être des synonymes de solidarité :

28) Solidarity means you fight for someone you don't know. ((Cris de la foule)) That- solidarity means you bring someone with you to caucus. ((Applaudissements et cris de la foule)) But what I mean by that is not just literally, but figuratively. Because **I want you to vote, and I want you to caucus for someone you do:n't know. That's what that means. It means that when you walk in that night, you're gonna fight for a community that you haven't fought for before.** ((Applaudissements et cris de la foule)) (D8, L182-187)

Comme dans l'extrait précédent, AOC produit des actes directifs à l'adresse de ses publics : « je veux que vous votiez » et « vous allez vous battre pour une communauté pour laquelle vous ne vous êtes jamais battu auparavant ». Ce faisant, elle met de l'avant un objectif commun et identifie un devoir partagé et une attente réciproque au sein de son groupe social, de son identité progressiste, soit qu'il doit y avoir de la solidarité entre les membres, plus encore, cette solidarité doit nourrir un désir d'engagement et une prise de conscience. En plus de contribuer à renforcer les liens sociaux entre les membres, ce type de sous-stratégie contribue à la promotion d'un esprit de soutien mutuel et de confiance au sein de l'identité

---

<sup>73</sup> Il est pertinent de noter que cet acte de se serrer la main ressemble, dans sa forme, à la salutation de la paix, une pratique exercée durant certaines messes chrétiennes. Parfois, certains prêtres prendront un moment durant la messe pour que les fidèles se serrent la main et se saluent en signe de paix, de réconciliation et de fraternité. Il y a donc des traits de similarités entre ces deux actions

collective elle-même. Par ailleurs, cette exigence posée définit des conditions d'adhésion au groupe et, ce faisant, exclut les personnes qui ne seraient pas prêtes à s'engager de cette façon envers leur prochain. L'extrait ci-haut mobilise également l'univers référentiel de la guerre (« se battre pour quelqu'un »), ce qui, tel que présenté préalablement, vient solliciter cet esprit de groupe, de front uni, combattant ce même ennemi et ayant le même but. L'esprit rassembleur derrière les discours d'AOC passe donc aussi par cet esprit de camaraderie, de fraternité qui est principalement associé au caractère soudé des troupes de l'armée.

#### 4.2.2.3.3 La motivation des publics

Ensuite, dans un troisième temps, dans ses discours, AOC mobilise la sous-stratégie de motivation. Celle-ci s'inscrit en quelque sorte comme la progression des deux précédentes, c'est-à-dire, que d'abord, la reconnaissance, puis le rassemblement, et enfin, la motivation des publics, qui vient consolider les attentes qu'a AOC envers ses publics, les dirigeant vers des actions concrètes et les incitant à agir, dans un esprit de solidarité. En effet, nous venons de voir comment AOC commande à ses publics de s'impliquer et de créer des liens au sein de leur communauté dans une logique de rassemblement, mais aussi, comment elle interpelle ses publics de manière à valoriser certaines actions et certains chemins, et dans la présente section, nous verrons plus précisément, les différents procédés mobilisés par AOC pour motiver ses publics, pour les inciter à agir au nom du mouvement progressiste, notamment. L'une des principales manières dont AOC s'inscrit dans une logique de motivation passe par des interactions qu'elle a avec ses publics, interactions qui ressemblent fortement à des cris de guerre, des cris de ralliement. Nous avons évoqué, à plusieurs reprises déjà, comment le champ sémantique de guerre peut être mobilisé pour venir nourrir cet esprit de camaraderie puisqu'il vient faire référence à une logique où tous les membres d'un groupe ont leur rôle à jouer, tels les soldats d'une armée. En contexte parfois plus militaire, les mots ou les cris de ralliement peuvent être utilisés pour montrer qu'on est du même camp que quelqu'un ainsi que pour signaler et indiquer que l'on doit faire marche avant. En ce sens, lorsqu'AOC mobilise ce que l'on peut qualifier de « cris de ralliement », elle contribue à montrer qu'elle est du camp des progressistes, mais elle contribue aussi à motiver les membres de cette identité, à « procéder au regroupement », à nourrir ce sentiment de cohésion et d'appartenance. Tel que mentionné, ces mots signalant une appartenance et une identification au groupe interne ressortent souvent dans les interactions entre AOC et son public, comme on peut le voir dans l'extrait suivant :

29) Is 100% clean and renewable energy too much ? ((Foule crie « No ! »)) Is fighting for dignified jobs that pay people enough to live too much ? ((Foule crie « No ! »)) Is proposing a solution on the scale of the climate crisis to solve it too much? ((Foule crie « No ! »)) No. (D5, L28-31)

Dans l'extrait ci-dessus, il y a une interaction entre AOC et son public, où AOC pose des questions et la foule lui répond : « Non ! ». Cet aller-retour entre elle et le public permet de créer un sentiment d'unisson et d'établir un commun accord sur divers enjeux : *c'est n'est pas trop demandé* d'avoir une énergie propre et renouvelable à 100%, *ce n'est pas trop demandé* d'avoir de la sécurité financière, *ce n'est pas trop demandé* d'avoir des solutions à la hauteur de l'ampleur de la crise climatique. Cette dynamique question-réponse vient donc implanter le « non » comme une sorte de mot de ralliement, un mot montrant que toutes les personnes participant dans l'interaction sont du même camp, du même avis. En plus de permettre aux gens de se reconnaître les uns les autres, AOC vient également valoriser certaines actions, par exemple : « se battre pour des emplois dignes ». Cela pourrait effectivement s'inscrire dans un processus de motivation, où AOC vient valider des actions et des comportements, ce qui pourrait motiver certains à vouloir continuer de se battre pour ces enjeux, à revendiquer ces droits, etc.

À d'autres reprises dans les discours d'AOC, les interactions avec le public agissent comme une sorte d'étincelle de motivation :

30) ARE YOU ALL READY FOR THE REVOLUTIO:N ? ((Foule crie « YEAH ! »)) (D8, L2-3)

De manière similaire à l'interaction présentée juste avant, AOC adopte pour une forme de discours question-réponse, où cette fois-ci, elle demande à sa foule si elle est « prête pour la révolution », question à laquelle la foule répond par l'affirmative. Cette interaction contribue au processus de motivation présent dans les discours d'AOC de trois manières. D'abord, la question posée par AOC est un appel à l'action. L'acte de langage *d'interroger* est d'ailleurs mobilisé dans cet extrait, par le fait qu'AOC interpelle son public tout en s'attendant à ce que ce dernier lui donne une réponse précise. Cette dynamique contribue donc à mettre en lumière ce qu'AOC attend des membres de son groupe social. Dans ce cas-ci, elle s'attend à une révolution, et donc, incite par le fait même les personnes incluses dans l'interaction de contribuer à la révolution. Ensuite, la motivation vient potentiellement du fait que la question posée par AOC est de nature revendicatrice. AOC vient donc faire appel à la détermination, à la force et à l'enthousiasme des personnes adhérant à la lutte progressiste. Cela vient donc renforcer l'identification affective, venant éveiller de potentielles émotions, dont la motivation et la volonté de changement des membres du groupe social. Enfin, comme plusieurs procédés mobilisés par AOC, cette interaction vient contribuer à la

consolidation de l'identité collective, de ce sentiment d'unisson et de solidarité. En effet, le « Yeah ! » collectif prend en quelque sorte le rôle de l'expression classique « à l'attaque ! », soit la phrase indiquant aux troupes de charger vers le camp opposé, et ce, puisqu'il agit comme une sorte de confirmation qu'il y a un certain degré d'accord au sein du groupe, qu'il est maintenant temps de s'engager. Il s'agit donc d'un encouragement mutuel au sein du groupe, d'où la nature motivationnelle de l'énoncé.

AOC mobilise donc des interactions dynamiques avec son public pour susciter un sentiment d'unité et de motivation. À travers des échanges de type question-réponse, elle crée un lien émotionnel fort qui renforce l'identité collective et encourage l'action. Les cris de ralliement et les réponses affirmatives de la foule servent à établir un consensus sur les objectifs progressistes et à galvaniser les partisans en les invitant à s'engager activement. Par ses appels à l'action, elle alimente le feu de la motivation collective, nourrissant ainsi l'esprit de camaraderie et de fraternité au sein de son mouvement. En fin de compte, ces interactions ne sont pas seulement des moments de connexion entre AOC et son public, mais aussi des catalyseurs de changement, stimulant la volonté de lutter pour des causes progressistes et renforçant le sentiment d'appartenance à une communauté engagée dans la transformation sociale.

#### 4.2.2.3.4 La création d'une coalition

Puis pour terminer, la stratégie de ralliement se caractérise également dans les discours d'AOC par la création d'une coalition, en d'autres mots, par la création d'un ralliement progressiste. Pour ce faire, AOC mobilise, notamment, la dimension dialogique, c'est-à-dire, qu'elle rallie ses publics autour d'une identité collective en mobilisant les paroles et les idées de figures d'autorité, bref, de personnes ayant une place symbolique au sein du mouvement progressiste. De fait, en accumulant les témoignages, les points de vue, les autorités au sein du groupe social, AOC contribue à la reconnaissance, au rassemblement et à la motivation des membres de l'identité collective progressiste. Voici d'ailleurs un exemple de cette sous-stratégie tiré du discours d'inauguration d'AOC :

- 31) Last week we actually had the passing of the longest serving member of the House in American history, John Dingell. **Representative John Dingell**, came of age and saw **FDR** sign critical elements of the New Deal into law. He served for decades in the House, and he had passed away last week, and the House chaplain was presiding over his funeral. And one of the things that he said that I thought was very important was that something that Mister Dingell understood, something that I think many **progressives** understand that **those that operate in the legacy of- of the New Deal, of New Deal Democrats, but also progressive activists and frontline activists alike**, is that we do not have power as elected officials. We hold power, as elected officials. We steward power for others and for our community, but that power does

not belong to us. That power is created by: our communities, and that's what allows things to be influential in the first place. (D3, L62-71)

Dans cet extrait, AOC fait référence à deux grandes personnalités historiques et progressistes, soit John Dingell et Franklin Delano Roosevelt (FDR), tout en tirant des liens directs avec des gens d'aujourd'hui : « de nombreux progressistes qui opèrent dans l'héritage du New Deal, des démocrates du New Deal, mais aussi des activistes progressistes et des activistes de premières lignes ». AOC nomme, et donc, interpelle celles et ceux qui opèrent dans l'héritage du New Deal, contribuant donc à ce que ces dernières se reconnaissent dans sa prise de parole. AOC contribue également à la construction de son identité individuelle, principalement celle d'*outsider*, en se distinguant, encore une fois, du monde de la politique partisane en insistant sur le fait que le pouvoir appartient au peuple, et non aux politicien·nes. Cette idée, soit que les acteurs politiques ne détiennent que le pouvoir temporairement, permet donc la création d'une coalition progressiste, où AOC, dans son rôle d'élue, agit *pour* le peuple, *pour* les progressistes, bref, pour celles et ceux qui possèdent réellement le pouvoir.

Ce concept de coalition est donc solidifié par la mobilisation de figures d'autorité. Dans l'extrait précédent, AOC évoque un prêtre, mais plus particulièrement, John Dingell et FDR, accumulant donc les repères et les symboles au sein de l'identité collective progressiste. D'ailleurs, après Bernie Sanders, FDR est l'acteur progressiste le plus souvent mentionné ou cité dans les discours d'AOC (5 occurrences dans le corpus). Comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessous, l'ancien président est reconnu par AOC pour son symbolisme, ce qu'il représente au sein de l'imaginaire collectif des États-Unis, mais aussi du mouvement progressiste :

32) IT'S TIME THAT WE BECOME THE **PARTY OF FDR** AGAIN! (D8, L168-169)

À ce jour, FDR est grandement reconnu pour son *New Deal*<sup>74</sup>, un programme visant à reconstruire l'économie des États-Unis, qui était, à l'époque, plongée dans l'une des plus grandes crises économiques de l'histoire : la Grande Dépression (Leuchtenburg, 2016). Cela étant dit, FDR a été largement critiqué pour ses politiques jugées interventionnistes, anticapitalistes et essentiellement anti-américaines (*ibid.*). Près d'un siècle plus tard, ce sont principalement les aspects positifs de la présidence du « pionnier du progressisme » qui perdurent dans l'imaginaire collectif (*ibid.*). Dans l'extrait ci-dessus, AOC évoque donc

---

<sup>74</sup> Il est intéressant de souligner que le Green New Deal, le premier projet de loi proposé par AOC, est un hommage direct au New Deal de FDR. Une analyse sémiotique serait d'ailleurs pertinente pour approfondir les liens entre la construction identitaire de FDR et celle d'AOC, par le repérage de d'autres référents comme celui-ci.

le symbolisme rattaché à FRD, c'est-à-dire cette image de progressiste ayant sorti les États-Unis d'une misère économique et sociale, mais motive également ses publics à agir dans l'esprit progressiste : « à devenir » quelque chose de grand, de fort, comme l'a été FDR.

Dans ses discours, AOC contribue à la construction de cette coalition en mobilisant un grand nombre de personnalités connues et historiques (FDR et John Dingell, mais aussi Martin Luther King Jr (MLK), Theodore Roosevelt, Ed Markey et Bernie Sanders), un grand nombre de mouvements sociaux progressistes (BLM, Fight for 15<sup>75</sup>, le mouvement ouvrier de New York, le mouvement des droits civils, le mouvement féministe, etc.), ainsi qu'un grand nombre de scientifiques et personnes issues de la communauté contribuant à leur manière à la cause progressiste. Nous verrons d'ailleurs une grande partie de ces discours à la section 4.3 de ce mémoire, puisque plusieurs d'entre eux sont mobilisés par AOC pour mettre de l'avant les valeurs progressistes. Cela dit, pour ce qui en est de la construction identitaire, AOC accumule les repères, les références et les symboles contribuant à définir et étoffer l'identité progressiste. Elle renforce d'ailleurs un sentiment d'appartenance en mobilisant des figures influentes de ce mouvement avec lesquelles les membres internes s'identifient possiblement déjà de manière positive. En définitive, cela lui permet de multiplier les points de repère au sein du groupe, tout en mettant de l'avant plusieurs points de convergence, ce qui à son tour, contribue à renchérir et solidifier l'identité elle-même.

En somme, la stratégie discursive de ralliement, tel que nous venons de la voir, se manifeste en trois moments, chacun d'eux contribuant à la création d'une coalition progressiste qui se veut inclusive et pour le peuple. En reconnaissant et en adressant ses publics directement, AOC crée des liens de confiance mutuelle avec eux, ce qui vient faciliter le rassembler de ceux-ci. En rapprochant, émotionnellement et physiquement, les membres de ses publics, AOC contribue à renforcer des liens sociaux au sein de l'identité collective progressiste et nourrir un sentiment d'appartenance, de solidarité. En tirant profit sur ce sentiment de cohésion de groupe, elle redirige enfin ses publics vers des actions concrètes : aller voter, s'impliquer auprès de leur communauté, etc. Tout au long de ces discours, AOC mise également sur des autorités, autres qu'elle, pour consolider une identité progressiste qui se nourrit de la place de faveur

---

<sup>75</sup> Selon les informations disponibles sur le site de *Fight for 15*, il s'agit d'un mouvement qui a émergé à New York en 2012 et qui se bat pour une standardisation du salaire minimum à 15\$/h à l'échelle du pays, en plus d'offrir des ressources syndicales pour ceux qui le désire (voir *Fight for 15*, 2024).

occupée par certaines figures historiques, telles que FDR. Bref, en encourageant les actions quotidiennes, en valorisant certains comportements, en donnant des exemples de « ce qui est progressiste », et en redonnant le pouvoir au peuple, AOC vient jouer sur l'identification affective des publics, ceux-ci se sentant potentiellement appelés à participer à un mouvement qui a à cœur leurs intérêts et qui les prend réellement en compte.

#### 4.3 La mise en discours des valeurs d'AOC

Maintenant que nous avons examiné la construction identitaire d'AOC, nous allons désormais nous pencher sur les valeurs qui sous-tendent ces identités. Tout au long de cette section, il s'agira de présenter les éléments de réponse issus de notre troisième grille d'analyse, et donc en lien avec notre QS2, soit : *quelles sont les principales valeurs mobilisées dans les discours politiques progressistes aux États-Unis et par quelles stratégies discursives ces valeurs sont-elles mises de l'avant ?* Fidèle à notre troisième grille, le repérage des valeurs dans le corpus s'est déployé en trois moments distincts. D'abord, nous avons identifié les valeurs mentionnées dans les discours, tant de manière explicite (valeur nommée) que de manière implicite (valeur schématisée). Puis, nous avons observé si AOC adhérait à ou réfutait ladite valeur mobilisée, de manière à bien identifier son positionnement, et enfin, nous avons observé comment cette valeur était communiquée de façon à identifier les stratégies discursives d'AOC. Nous débuterons donc cette section avec la présentation des deux premiers moments (valeurs et positionnements) et terminerons avec le troisième (stratégies discursives).

##### 4.3.1 Les valeurs dans le discours

Nous proposons donc de débuter en dressant un portrait quantitatif des principales valeurs mises de l'avant par AOC dans ses discours. Conformément à notre QS2 et à la méthode d'analyse adoptée, cette section ne vise pas à fournir un tableau exhaustif de toutes les valeurs d'AOC, mais plutôt à mettre en lumière celles qui occupent une place importante, voire prioritaire, au sein de ses identités. Ainsi, nous avons compilé les *principales* valeurs d'AOC, c'est-à-dire, toutes valeurs ayant été schématisées plus que 10 fois, et ce, afin de nous concentrer sur les plus significatives<sup>76</sup>. Enfin, tel que l'indique le tableau ci-

---

<sup>76</sup> Dans les discours d'AOC, nous avons repéré plus d'un vingtain de valeurs différentes, cela dit, la majorité d'entre elles n'étaient mentionnées que quelques fois. Afin de ne pas fausser nos résultats ou d'avoir des proportions trop

dessous, dans les discours, nous avons identifié 8 principales valeurs, majoritairement adhérees par AOC (6/8 valeurs, soit 75%), et réparties sur 484 schématisations.

Tableau 4.5 les valeurs d'AOC

Valeurs schématisées	Positionnement (valeurs adhérees et/ou réfutées)	Nombre d'occurrences <sup>77</sup>	Proportion <sup>78</sup>	Exemples de schématisations <sup>79</sup>
Justice sociale	Adhéree	183	37,8%	« we have fought for <b>civil rights</b> before, we have liberated and pursued and- and fought for <b>marriage equality</b> before ».
Sens de la communauté	Adhéree	110	22,7%	« That we're just trying to reassert and renew the values of [...], freedom, liberty, <b>human dignity, humanity</b> and <b>looking after one another</b> ».
Conformité et tradition	Adhéree (1) et réfutée (58)	59	12,2%	« Our current logic created this mess and operating in the same way will not get us out. Changing society for the better is the most sustainable thing we can do ».
Démocratie	Adhéree	38	7,9%	« That is what the <b>power of the people</b> looks like »
Bien-être et protection de l'environnement	Adhéree	33	6,8%	«That- we- it's almost as though folks can't imagine, a country, that believes <b>that saving our planet</b> is mo:re

faibles, nous avons choisi, de manière arbitraire, de seulement présenter les valeurs ayant été mentionnées ou schématisées plus que 10 fois, et donc ayant une certaine prédominance au sein des discours.

<sup>77</sup> Comme au chapitre précédent, une occurrence est caractérisée par une unité d'analyse dans le texte et est représentative de sa fréquence dans le corpus.

<sup>78</sup> Les proportions sont en fonction des valeurs présentées dans le présent tableau, et non des valeurs totales du corpus.

<sup>79</sup> Il est possible de certaines de ces schématisations comportent plus d'une valeur. Porter attention aux mots ou groupes de mots en gras pour identifier la valeur désirée dans l'extrait.

				valuable than a Wall Street bank bailout. »
Individualisme	Réfutée	29	6,0%	« Because all of these issues <b>are bigger than us, individually</b> , and because these problems are <b>bigger than us</b> , because these problems are universal, our solutions must be universal, too. »
Moralité	Adhérée	21	4,3%	« As elected officials, <b>we have an obligation to tell the truth</b> . And in many different junctures and moments, we have not. »
Paix	Adhérée	11	2,3%	« AN <b>ANTI-WAR PARTY</b> . A PARTY THAT ESTABLISHES <b>PEACE AND PROSPERITY!</b> »
<b>Total</b>		<b>484 schématisations</b>		

Selon nos observations, les trois valeurs dominantes dans les discours d'AOC, représentant ensemble plus de 70% des schématisations, sont la justice sociale, le sens de la communauté et la conformité (réfutée). Ces résultats semblent être cohérents avec les éléments de construction identitaire présentés à la section précédente, soit que les identités d'AOC seraient centrées sur un désir de progrès et de changement, une reconnaissance du peuple et une valorisation de la culture new-yorkaise, ainsi qu'un rejet du statu quo et des pratiques établies.

Au fil de ses discours, la valeur de la justice sociale est majoritairement mobilisée par AOC pour promouvoir une meilleure égalité sociale, économique, politique et juridique, en somme, pour promouvoir l'égalité des chances. Cette valeur est représentative des politiques publiques visant à réduire les inégalités et reflète la posture inclusive, anti-discrimination et militante au sein du mouvement et de l'identité progressiste, telles que présentées précédemment dans ce mémoire. Pour sa part, la valeur du sens de la communauté reflète une posture de valorisation de tout ce qui se déploie en communauté, dont l'entraide, la solidarité, la responsabilité civique, l'amour, etc., et fait d'ailleurs référence à plusieurs éléments de la

construction identitaire d'AOC, dont la mobilisation du champ sémantique de la communauté et la valorisation d'identités « culturelles » et de « quartiers » (Bronx et Queens). Quant à elle, la valeur de la conformité, réfutée par AOC, vient renforcer cette posture d'*outsider* incarnée par cette dernière dans ses discours, mais s'inscrit également dans cette même logique de « rejet » de la politique, des pratiques traditionnelles, du statu quo. En somme, les principales valeurs d'AOC semblent donc être cohérentes avec l'ensemble de ses discours et de ses constructions identitaires présentées précédemment dans ce chapitre.

#### 4.3.2 Valeurs : les stratégies discursives

Partant de ce portrait quantitatif des valeurs d'AOC, nous pouvons désormais nous concentrer sur la manière dont ces valeurs sont mises en discours, communiquées et articulées par cette dernière. Dans cette section, nous présenterons les stratégies discursives mobilisées par AOC (Charaudeau et Maingueneau, 2002), ainsi que les procédés communicationnels qui les constituent, c'est-à-dire, les techniques, les moyens et les outils spécifiques visant à mettre en œuvre la stratégie principale (Van Dijk, 2006). Sur ce, dans les discours étudiés, nous avons identifié trois principales stratégies discursives mobilisées par AOC pour communiquer et argumenter la pertinence de ses valeurs, soit la mobilisation d'autorité, la stratégie par l'opposition et enfin, la stratégie affective.

##### 4.3.2.1 La mobilisation d'autorités

Dans un premier temps, dans ses discours, AOC met de l'avant ses valeurs et les justifie par le moyen de l'argument par l'autorité, c'est-à-dire, cette technique d'argumentation qui consiste à renforcer une position ou une affirmation en s'appuyant sur le prestige, la crédibilité ou l'expertise reconnue d'une personne ou d'une institution (Goodwin et McKerrow, 2011). Cette stratégie vise, notamment, à persuader les publics en citant des figures d'autorités telles que des experts, des chercheurs, des leaders politiques, etc., bref, des entités dont les opinions ou les déclarations sont considérées comme fiables et convaincantes (*ibid.*). En invoquant ces autorités, AOC s'inscrit, à certains égards, dans un processus de légitimation de ses propositions, de ses valeurs, car cela permet de conférer un poids à ses idées, à ses positionnements en s'appuyant sur l'expérience, la reconnaissance ou le symbolisme d'une entité, d'une autorité quelconque (*ibid.*). Dans ses discours, AOC mobilise diverses autorités, dont des individus et des symboles sociaux, mais elle s'appuie également sur des arguments par la majorité (consensus social), qui comme nous le verrons, est une forme particulière d'arguments d'autorité (voir Charaudeau et Maingueneau, 2002).

#### 4.3.2.1.1 Individus comme autorités

Pour débiter, l'une des manières dont se caractérise cette première stratégie discursive dans les discours d'AOC est par la mobilisation d'individus, qui eux, occupent le rôle de modèles, de références quant à des valeurs précises. Comme on peut l'observer dans l'extrait ci-dessous, pour AOC, cela passe parfois par la référence à des membres de sa famille, à des proches :

33) Thank you to my family, to my cousins who taught me to **treat everyone like a prima or primo**<sup>80</sup>. To my mother, who cleaned houses **to give me every opportunity I ever had**. To and- she- and- **who taught me to always be proud of who we are and where we come from no matter what**. I want to thank my father, whose memory taught me how **to have tough skin while maintaining a sense of humor and a love of neighbor**. (D3, L14-18)

Dans cet extrait, AOC évoque diverses leçons qui lui ont été transmises par ses proches, de manière à mettre de l'avant les valeurs qui découlent de ces apprentissages. Elle cadre, de ce fait, les membres de sa famille comme étant des experts lui ayant inculquées des valeurs, comme étant des modèles à suivre, et se positionne, elle-même, dans une posture d'apprentie. Selon cet extrait, ses cousin-es lui auraient appris à traiter tout le monde comme s'ils étaient un membre de sa famille (humanisme), sa mère lui aurait transmis une éthique de travail (professionnalisme) et lui aurait appris à toujours être fière d'où elle vient (respect et gratitude), et enfin, son père défunt lui aurait appris à être forte (résilience), à avoir un sens de l'humour et à toujours respect son voisin (sens de la communauté). Ces ensembles de valeurs, qui contribuent tous à définir les fondements de l'identité individuelle d'AOC, sont effectivement mis en discours par le moyen de la mobilisation d'individus spéciaux et ayant un lien intime (familial) avec AOC, bref, par la mobilisation de modèles. Ceux-ci exercent, au sein du discours, une autorité en fonction du rôle qu'ils occupent (individus respectés par AOC) et du poids qu'ils ont dans la balance, tant par leur expérience de vies (sagesse de figures parentales) que par leur symbolisme (sentimentalité liée à la commémoration de la perte d'un parent).

Les individus mobilisés par AOC varient dans ses discours, s'étendant parfois à des citoyen-nes « modèles », tel qu'on peut le voir dans l'extrait suivant, où AOC fait référence à M. Obed, un résident de sa circonscription :

34) It was Bronx and Queens residents, like Mr. Obed of Morris Park, a JFK air traffic controller and a Yemeni immigrant who called me after the- after- on the same week that the second

---

<sup>80</sup> Se traduit en français par « traiter tout le monde comme une cousine ou un cousin ».

paycheck was about to be missed by federal workers. And he told me his story. I spoke with Mr. Obed. For about 30 minutes on the phone. And I was able to translate his story into a speech on the House floor. Because in a time when the government was shut down, they were trying to pit federal workers against immigrants. They were trying to hold a paycheck hostage to get people to approve a wall that they knew was wrong. **But the thing about New York City, is that our federal workers know that we cannot be separated. And Mr. Obed was a perfect example, because he was a federal worker, that was also an immigrant.** (D3, L31-39)

Dans cet extrait, AOC met de l'avant certains traits définitoires de ce résident de Morris Park : il est un immigrant et un fonctionnaire. Par le fait même, elle illustre comment celui-ci est un « exemple parfait » et donc, comment il incarne et représente *parfaitement* les valeurs new-yorkaises de solidarité et d'inclusion (sens de la communauté). De plus, en racontant cette histoire, AOC valorise également la sécurité et la stabilité financière de ses électeur-trices (chèques de paie manqués), schématisant du même coup la valeur de la justice sociale. En d'autres mots, en mettant de l'avant le vécu « authentique » d'un des résidents de sa circonscription, AOC contribue potentiellement à ce qu'un grand nombre de personnes de se reconnaissent dans son récit, mais cadre également M. Obed comme étant une autorité, un « modèle » et une référence au sein de l'ensemble de valeurs new-yorkaises.

Ce procédé communicationnel (individu comme autorité) est également marqué par la mobilisation d'experts, de chercheurs, qui eux, viennent justifier la pertinence d'une valeur sur la base de preuves scientifiques, comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessous :

35) By 2030, according to researchers at the University of Wisconsin–Madison and the University of Oregon, quote « sea water is likely to submerge some 4000 miles of Internet cable in the United States and engulf more than 1000 data centers that house servers, routers and other hardware, by the end of this decade ». And that is just in our privileged pocket of some of the wealthiest areas in the most privileged nations, in the world. **Money alone will not save us. And right now, federal governments are failing to act.** (D7, L35-40)

En mobilisant les chercheurs de l'Université Wisconsin–Madison et de l'Université de l'Oregon, AOC mobilise des autorités scientifiques, des experts convaincants, dont leur opinion, prouvée, porte un poids. Elle rejette donc l'idée d'un conservatisme environnemental et une posture d'inaction de la part des gouvernements, réfutant par le fait même la valeur de la conformité et adhérant à celle du bien-être et protection de l'environnement. Ses valeurs, à la fois adhérees et réfutées, sont donc justifiées et pertinentes, et ce, grâce à la mobilisation d'autorités, scientifiques dans ce cas.

Enfin, la stratégie de mobilisation d'autorités prend parfois la forme de référence à des personnalités connues, c'est-à-dire, des figures publiques ou politiques ayant déjà établie leur crédibilité ou leur prestige au sein de l'espace public et politique.

- 36) But to paraphra- to paraphrase a prior U.S. President who pioneered the original New Deal<sup>81</sup>, forged in a time of great economic desperation, quote **we face the arduous days that lie before us and the warm courage of global unity with the clear consciousness of seeking old and precious moral values. We do not distrust the future of essential democracy.** The people have not failed. In their need, they have registered a mandate **that they want direct, vigorous action. They have asked for discipline and direction under leadership.** They have made us present in they- they have made us the present instrument of their wishes, and in the spirit of that gift we should take it. In this dedication of a world, **we humbly ask for a blessing. May we be protected, each and every one of us, and may we be guided in the days to come.** (D7, L108-117)

Dans l'extrait ci-dessus, AOC mobilise l'autorité de FDR, qui, tel que présenté précédemment, est considéré comme le père du progressisme aux États-Unis, et donc, porte un lot de symbolisme et occupe une place importante dans l'imaginaire collectif, non seulement progressiste, mais des États-Unis en général. En paraphrasant cet ancien président, AOC mobilise un grand nombre de valeurs dont la persévérance, la solidarité, l'universalisme, la moralité, la tradition, la démocratie, la justice sociale, la discipline, la gratitude, la sécurité et la foi (religieuse). Le fait de, non seulement, adhérer à ces valeurs, mais d'argumenter leur pertinence par la mobilisation d'une autorité tel que FDR, contribue à la consolidation d'un ensemble de valeurs progressistes, et donc, d'une identité collective progressiste dans les discours d'AOC. Cet exemple s'inscrit d'ailleurs dans une continuité de la création discursive d'une coalition progressiste présentée précédemment.

#### 4.3.2.1.2 Symboles comme autorités

Par la suite, dans ses discours, AOC communique également ses valeurs en mobilisant des autorités plus « symboliques », telles que des entités relevant d'éléments conceptuels ou culturels. Un peu comme elle le fait en mobilisant FDR, lorsqu'AOC mobilise des entités symboliques, celles-ci viennent justifier ou prouver la pertinence même d'une valeur, simplement en fonction de ce qu'elles évoquent ou

---

<sup>81</sup> L'extrait paraphrasé par AOC est tiré du discours d'inauguration de FDR à la suite de son élection à la présidence des États-Unis, le 4 mars 1933 (The Presidency Project, s. d.).

représentent. AOC définit alors ses valeurs en misant sur la signification et le symbolisme rattaché à un concept, à une entité, comme on peut le voir dans l'extrait suivant :

37) It is such an honor to be here and I don't think it's a coincidence that we're gathering here today the **weekend before Martin Luther King Day**. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Because I believe that this moment and where we are right now is a resurgence from where the **civil rights movement** left off:. (1 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And we are here to carry the torch forward, because when we talked about racial and economic justice, racial and social justice, we started to a- to really extend those issues to the issues of economic justice, environmental justice and the intersectionality and interconnectedness of all our fights. (D2, L7-13)

Dans cet extrait tiré de son discours prononcé lors de la 3<sup>e</sup> édition de la Women's March, AOC met de l'avant la valeur de la justice sociale (justice économique, environnementale et juridique) en la cadrant comme étant la continuité du mouvement des droits civils, c'est-à-dire, de ce mouvement né dans la première moitié du 20<sup>e</sup> siècle qui est à l'origine d'une importante révolution politique, sociale et juridique pour les personnes noires aux États-Unis (Library of Congress, s. d.). Elle évoque d'ailleurs la journée MLK, en soulignant la proximité (temporelle) entre le mouvement (Women's March) et la journée commémorative de l'icône du mouvement des droits civils. Ce faisant, AOC vient en quelque sorte capitaliser sur l'image et le symbolisme associés à MLK et au mouvement des droits civils, et donc, ancre son identité et ses valeurs au sein d'un mouvement connu et occupant une place non négligeable dans l'imaginaire collectif des États-Unis. En effet, ces références, qui sont déjà connues au sein de l'espace public, l'une étant une journée fériée nationale, l'autre étant l'un des plus gros mouvements sociaux ayant marqué les États-Unis, viennent donc contribuer à situer et à définir les valeurs revendiquées par AOC.

Le symbole mobilisé peut donc être un mouvement social, une fête nationale ou un élément relevant de l'histoire du pays, mais peut également prendre la forme d'un élément de « culture », comme en témoigne l'extrait ci-dessous :

38) It's- it's really amazing and it's beautiful and it's a testament to the culture, the- the **neighborly culture** you all have here. And I think it's incredibly important because building on that culture, is, what, this campaign, is all about. It's the kind of culture we're trying to transform within our country. It's the **country of loving thy neighbor, a culture of loving thy neighbor, a politics of loving thy neighbor**. And to me:, that's what policies like Medicare for All: are all about. ((Applaudissements de la foule)) It's about **loving thy neighbor**. (1 sec) To me:, ending police brutality in America is **loving thy neighbor**. (2 sec) To me:, ending a brutal policy of caging, children and their parents, is about **loving thy neighbor**, ending that policy. For me, a living

wage is **loving thy neighbor**. And to me, a Green New Deal is **loving thy neighbor, our children and our planet**. (D8, L28-36)

À l'extrait 38, AOC mobilise le concept « d'aimer son voisin », tout en mobilisant le symbolisme et l'ensemble de valeurs rattachés à cette « culture ». En effet, l'expression « aimer son voisin » est intégrée dans la culture des États-Unis à travers une combinaison de fondements religieux, idéologiques et sociaux. Dans un premier temps, la valeur locutoire de « aimer son voisin » vient valoriser l'amour et le « bon voisinage », soit deux éléments ancrés de la valeur du sens de la communauté. Puis, dans un deuxième temps, cette expression ne peut être dissociée de son sens religieux, exprimant par le fait même une valeur illocutoire au discours, soit de serment. En effet, le verset biblique « tu aimeras ton prochain comme toi-même » (Matthieu 22:39) a eu une influence durable sur la culture et les valeurs américaines (Suozzi, 2016). La charité, l'entraide et le souci du bien-être des autres sont des principes qui trouvent leur origine dans ces enseignements religieux et qui ont été intégrés dans la moralité collective du pays (*ibid.*). De ce fait, en associant le *Medicare for All* (justice sociale) à « aimer son voisin », en associant la fin de la brutalité policière (justice sociale) à « aimer son voisin », en associant le Green new Deal (bien-être de la l'environnement) à « aimer son voisin », AOC mobilise le symbolisme lié à cette expression pour venir justifier la pertinence de ses valeurs. De plus, considérant que l'Iowa, l'État dans lequel a été prononcé ce discours, est majoritairement chrétien (Pew Research Center, 2014a), la mobilisation de cette autorité risque de résonner chez plusieurs, et donc, risque de renforcer la validité des autres valeurs véhiculées dans l'extrait.

#### 4.3.2.1.3 Consensus social

Enfin, pour terminer avec la première stratégie discursive, dans ses discours, AOC mobilise parfois l'argument de la majorité, c'est-à-dire, qu'elle mobilise des d'arguments venant refléter d'un certain consensus, caractérisé par l'accord de plusieurs personnes entourant la pertinence et la validité d'une valeur. L'argument par la majorité est, par définition, une sorte d'argument par l'autorité, dans le sens où la véracité d'une affirmation est soutenue par l'adhésion d'une source externe, soit une majorité populaire, à l'instar d'une figure d'autorité ou d'un modèle « culturel » par exemple (voir Charaudeau et Maingueneau, 2002). Voici d'ailleurs un exemple de la manière dont le consensus est parfois communiqué dans les discours d'AOC :

39) Because **no one** wants to leave a- a poor and- and worse earth for their children to inhabit, **not a single human being**. (D5, L88-89)

Dans l'extrait ci-dessus, AOC mobilise la valeur du bien-être de l'environnement et pour ce faire, elle utilise un langage absolutif en disant que *personne, que pas un seul être humain* ne veut laisser une « pire » terre à ses enfants. De ce fait, elle cadre donc la valeur comme incontestable, partagée par toutes et tous. Le consensus peut donc être social et à grande échelle, comme on vient de le voir, mais peut également être à plus petite échelle, comme en témoigne l'extrait suivant :

40) **We know** that these issues, economic, social and racial **cannot** be separated apart, to split us, apart. (D3, L39-40)

En effet, ici, AOC utilise une argumentation similaire, dans le sens où elle cadre ses valeurs comme étant le produit de connaissances acquises et partagées, mais cette fois-ci, au sein de son groupe social. Dans l'extrait ci-dessus, AOC mobilise des valeurs de justice sociale et de solidarité (sens de la communauté), tout en les cadrant comme relevant du *savoir*, de ce qui est connu et véridique pour les membres de ce groupe, qui, grâce au contexte et aux phrases précédant l'extrait, se révèle être le groupe social de New York. AOC établit donc un consensus au sein de son identité new-yorkaise : « nous, New York, savons que nous ne pouvons pas être divisés ».

En somme, que ce soit en mobilisant des figures d'autorités, des symboles ou en cadrant des valeurs comme étant le produit d'un consensus social, AOC fait appel à diverses autorités de manière à renforcer la validité d'une valeur, mais aussi de manière à convaincre de la pertinence et de la légitimité de celle-ci.

#### 4.3.2.2 La stratégie de dichotomisation

Dans un second temps, dans ses discours, AOC mobilise également la stratégie de dichotomisation. De manière similaire à la précédente stratégie de dichotomisation présentée à la section 4.2.2.2 de ce mémoire, celle-ci repose sur les procédés communicationnels de hiérarchisation et de délégitimation, qui eux, s'inscrivent dans une logique de confrontation, de contraste et d'opposition. Comme nous le verrons, par la hiérarchisation, AOC établit une échelle où certaines valeurs sont explicitement présentées comme supérieures et plus désirables que d'autres, renforçant ainsi l'idée que son positionnement est non seulement préférable, mais aussi moralement « meilleur ». Parallèlement, le procédé de délégitimation vise à démontrer l'illogisme ou l'incohérence des valeurs adverses, en soulignant leurs contradictions et leurs faiblesses. Ce double mécanisme permet donc à AOC de communiquer diverses valeurs, où celles-ci ne se contentent pas d'exister en soi, mais gagnent en force et en légitimité par contraste avec celles qu'elles opposent. En ce sens, cette stratégie se caractérise par une argumentation rigoureuse de la

pertinence des valeurs, soulignant non seulement leur supériorité, mais aussi leur cohérence face à des alternatives jugées défailtantes. Ainsi, ces deux procédés, présentés ci-après, s'inscrivent dans une dynamique d'opposition, venant renforcer l'impact des valeurs au sein du discours, mais des identités à AOC également.

#### 4.3.2.2.1 Procédé de hiérarchisation

Tel que nous venons de le définir, ce premier procédé se réfère à la manière dont AOC priorise et hiérarchise certaines valeurs dans ses discours, et donc, à la manière dont elle positionne ses valeurs sur son échelle axiologique. Pour ce faire, elle procède, parfois simultanément, à la valorisation de ses propres valeurs (se situant au haut de l'échelle établie), ainsi qu'à la dévalorisation de valeurs autres (se situant au bas de l'échelle établie). L'extrait ci-dessus est d'ailleurs une bonne représentation de ce procédé :

- 41) It's almost as though they can't imagine us **valuing anything else more**, in our budget, **than war**. ((Cris de la foule)) Is that they can't imagine an America that **values education as much as it values war**, ((Cris de la foule)) that **value saving our planet as much as it values war** ((Cris de la foule)) That- we- it's almost as though folks can't imagine, a country, that believes that **saving our planet is more valuable than a Wall Street bank bailout**. (2 sec) Because WE PAID FOR THAT JUST FI:NE! (D8, L133-138)

Dans cet extrait, AOC met l'accent sur les valeurs qui, selon elle, ne devraient pas être priorisées aux États-Unis, notamment la guerre et la profitabilité. Pour ce faire, elle établit son échelle axiologique et illustre quatre hiérarchies actuelles au sein de la société des États-Unis auxquelles elle s'oppose : (1) la guerre au-delà de tout, mais plus précisément, (2) la guerre au-delà de l'éducation, (3), la guerre au-delà de sauver la planète et (4) le renflouement des banques de Wall Street au-delà de sauver la planète. AOC adopte donc une posture de critique, ce qui s'inscrit dans un processus de délégitimation de la hiérarchie actuelle des valeurs, des valeurs priorisées par les décideurs publics, des valeurs priorisées dans le budget, etc. De plus, en affirmant « nous avons payé pour ça [guerre et Wall Street] aisément », AOC suggère que le pays a les ressources financières nécessaires pour investir dans la lutte contre les changements climatiques et dans l'éducation, mais qu'il choisit tout simplement de ne pas le faire. Elle vient donc remettre en question l'ordre des valeurs fondamentales des États-Unis, et vient critiquer le sur-financement de certains secteurs, ce qui met en péril d'autres secteurs qui, selon elle, bénéficieraient nettement plus de ces investissements.

Autrement dit, ce procédé insiste sur les *choix* derrière le processus de hiérarchisation de valeurs. En effet, dans ses discours, AOC met l'accent sur l'agentivité des individus, notamment des autres politicien-nes, dans le processus de priorisation d'enjeux, soulignant que ces choix ne sont pas neutres, mais reflètent de

décisions conscientes et influencées par des intérêts spécifiques. En mettant de l'avant le contrôle et le pouvoir d'action de l'institution politique, AOC peut, par le fait même, critiquer, voire ridiculiser la hiérarchisation actuelle, comme on peut le voir dans l'extrait ci-dessous :

42) We have two choices, to move forwards or backwards. Many of the places **that will require attention and investment first are the frontline communities that have been historically neglected**. Rural areas, poor urban areas, Indigenous lands. Again, this is not a coincidence or even a form of affirmative action. It is common sense. **We have already invested virtually everywhere else**, and much of those places will enjoy continued attention due to their existing political and economic power. **Now we must invest in the places left behind** to not only catch up, but leapfrog to the future. (D7, L92-98)

De manière similaire à l'extrait précédent, dans celui-ci, AOC critique les valeurs dites prioritaires au sein de l'institution politique, soit les valeurs ayant motivées de nombreuses politiques publiques et dirigées plusieurs budgets dans le passé. Ce faisant, AOC établit une distinction entre deux choix, deux positionnements axiologiques : avancer (justice sociale : progrès, changement) ou reculer (conformité). En opposant ces deux options, AOC met de l'avant une hiérarchie implicite où le fait d'avancer, ainsi que toutes les valeurs liées à cette option, est nettement préférable, considérant l'alternative (reculer, régresser). De plus, dans l'extrait, AOC met en lumière, ce qui, selon elle, devraient être les priorités en matière d'investissement, en soulignant que les communautés « de première ligne », historiquement négligées telles que les communautés rurales, les quartiers urbains pauvres et les communautés autochtones, nécessitent une attention et des investissements prioritaires. Par ailleurs, AOC ne s'en prend pas uniquement à la hiérarchisation, telle qu'elle est au sein de l'institution politique, mais elle s'en prend également au *processus* de hiérarchisation, illustrant le poids et le choix que possèdent les décideurs publics : « ce n'est pas une coïncidence ». En d'autres mots, AOC insiste sur le rôle actif des élu·es dans la détermination des valeurs fondamentales au sein de l'institution politique des États-Unis, et donc, met de l'avant l'agentivité des décideurs publics en soulignant que les choix de priorisation, bref, la hiérarchisation des valeurs est délibérée et résulte d'une prise de décision active plutôt que de circonstances aléatoires.

#### 4.3.2.2.2 Procédé de délégitimation

La stratégie de dichotomisation est également caractérisée par le procédé de délégitimation, qui, pour la plupart, agit simultanément au procédé de hiérarchisation, c'est-à-dire, qu'il vise à exposer le caractère non fondé, illogique, voire illégitime d'une valeur, et donc parfois, de la place qu'occupe une valeur dans une échelle de priorité. Dans l'extrait ci-dessus, AOC évoque une critique semblable à celle présentée dans l'extrait 42, soit que ce sont des choix, délibérés, qui ont causé la crise climatique qui sévit actuellement :

- 43) None of this is a coincidence, **because climate change is not a coincidence** or a scientific anomaly. Climate change is a consequence. It is a consequence of our unsustainable way of life. Because **it is unsustainable to organize our society as we have, centered on prioritizing personal gain and profit over any and all human or planetary considerations. It is unsustainable to naively believe** that building a wall can shield ourselves from humanity's collective destiny. **It is > unsustainable** to promote amnesia around gross injustices and ignorance of our past, to abdicate responsibility simply because it was our ancestors who committed them and not us <. Our children bear responsibility for our inaction despite the fact that they didn't make the choice. And frankly, **it is > unsustainable** to continue to believe that our system of runaway, unaccountable, law-breaking pursuit of- of profit, whose inequality is so socially destabilizing that it is giving rise to authoritarians who burn our forests and challenge the democracies that listen to basic science, and to think that that has nothing to do with this <. (D7, L63-L74)

Cet extrait utilise une série d'arguments pour montrer que les pratiques actuelles, les structures économiques et sociales, ainsi que certaines politiques spécifiques, sont non seulement inadéquates, mais nuisibles, et donc illégitimes. AOC adopte donc une posture de critique visant à dénoncer les modes de vie actuels, qu'elle juge d'« insoutenables », de « non viables », ce qui, par le fait même, remet en question la légitimité de maintenir de telles pratiques, centrées autour de valeurs comme l'individualisme (gain personnel et profit) et le pouvoir (anti-démocratie). De plus, divers qualificatifs et adjectifs mobilisés par AOC permettent d'identifier cette posture de critique adoptée par cette dernière, par exemple, lorsqu'elle qualifie celles et ceux qui supportent la construction d'un mur entre les États-Unis et le Mexique de « naïfs », exposant par le fait leur crédulité, leur ignorance. Plus encore, ce type de qualificatifs met de l'avant l'inexpérience, le manque de réalisme, l'imprudence, voire l'irresponsabilité d'un ensemble de valeurs adverses. Ce type d'extrait démontre donc la manière dont AOC s'oppose et dévalorise un positionnement adverse, et ce, en illustrant les éléments prouvant que ce positionnement a des impacts négatifs sur le monde, qu'il est responsable de plusieurs injustices, qu'il est nuisible à la société. En ce sens, le procédé de délégitimation permet d'invoquer un sentiment d'injustice, de révolte, venant par le fait même mobiliser la troisième stratégie qui sera présentée ci-après, soit la stratégie affective.

La stratégie de dichotomisation mobilisée par AOC repose donc sur des procédés de hiérarchisation et de délégitimation, qui fonctionnent ensemble pour opposer des valeurs considérées comme supérieures à celles jugées défailtantes. Par la hiérarchisation, AOC valorise ses propres priorités, ses propres valeurs, les plaçant au sommet d'une échelle axiologique, tandis que la délégitimation expose l'illogisme et l'incohérence des valeurs adverses. Ces mécanismes permettent de renforcer la légitimité et la pertinence des valeurs qu'elle défend en les contrastant avec celles qu'elle critique. En conclusion, cette stratégie d'opposition accentue l'impact de ses discours, soulignant la supériorité morale et la cohérence de ses

positions face aux alternatives dominantes, contribuant par le fait même à ce que diverses personnes adhèrent avec ses valeurs, considérant l'alternative non désirable.

#### 4.3.2.3 La stratégie affective

Enfin, dans un dernier temps, AOC mobilise la stratégie affective pour articuler ses valeurs dans ses discours. Cette stratégie, qui, comme le nom l'indique, est marquée par une argumentation des valeurs centrée autour d'une « rationalité subjective » (Charaudeau, 2008), du langage « émotionnel », bref, centrée autour du registre de l'affectif. Bien évidemment, une analyse de discours comme la nôtre ne nous permet pas d'établir ce qui relève du ressenti, tant chez AOC que chez ses publics. Cela dit, elle nous permet d'observer les marques discursives schématisant des émotions (*ibid.*), quelles qu'elles soient. En effet, au fil de la présentation des résultats, nous avons vu quelques éléments qui viennent faire écho au côté humain, vulnérable et sensible d'AOC, notamment lorsqu'elle rit, lorsque sa voix tremble, lorsqu'elle hausse le ton, etc. Tous ces moments contribuent à définir le positionnement d'AOC, mais donnent une expressivité à son discours qui joue un rôle dans le travail persuasif réalisé (*ibid.*). Une valeur peut de ce fait devenir saillante en fonction de sa mise en discours du sentiment, positif ou négatif, auquel elle est rattachée.

Le principal procédé communicationnel mobilisé par AOC en lien avec la stratégie affective est l'adoption d'une posture empathique dans ses discours. Comme on peut le voir à l'extrait suivant, il arrive à AOC de créer, à travers ses discours, des liens « émotionnels », basés autour d'une compréhension mutuelle, d'une écoute des besoins d'autrui, bref, d'une posture empathique :

- 44) So lastly, what I'm here to tell you all, is that while I am not here to- to assuage all of our fears, and while I am not here to bring you comfort, what I am here to do is point to the possibility of our future. And if we act in that possibility, every day that we act in that possibility, **we will have hope**. And that is **where hope will come from**. **Hope will come from** our ability to act. **Hope will come from** our small actions every single day. And **hope will come from** us refusing to settle for less. (D5, L101-105)

Dans cet extrait, AOC accomplit diverses actions, mais principalement, elle reconnaît les peurs, l'inconfort et les frustrations que peuvent ressentir de nombreuses personnes face à la lutte contre les changements climatiques. En reconnaissant ces doutes, ces craintes, AOC adopte effectivement une posture empathique, potentiellement réconfortante, ayant, par le fait même, la possibilité de rassurer certaines personnes écoutant son discours qui ressentent justement ces mêmes insécurités face aux nombreux

obstacles dans la lutte climatique. Par ailleurs, dans cet extrait, AOC fait un appel direct aux émotions, plus précisément à l'espoir : « hope will come ». En mentionnant l'espoir, à plusieurs reprises, AOC nourrit potentiellement un sentiment de positivité chez ses publics, ceux-ci, maintenant confronter aux possibilités qui s'offrent à eux et aux résultats potentiellement bénéfiques de leurs « petites actions quotidiennes ». Cela s'inscrit donc dans un processus de motivation et d'inspiration de ses publics, où AOC énumère les raisons pour lesquelles ses publics ne devraient *pas* être démoralisés et les raisons pour lesquelles ils devraient plutôt être optimistes. Autrement dit, en mettant l'accent sur des objectifs atteignables, sur l'action collective et sur le sentiment de communauté, AOC valorise diverses valeurs (bien-être et protection de l'environnement, justice sociale et sens de la communauté) en faisant appel aux émotions (espoir et optimisme).

On retrouve, d'ailleurs, une structure argumentative similaire dans l'extrait suivant :

45) Simply put, to get the job done, much of the industrialized world, the developing world, the global south, all of us, we'll have to retrofit many of our buildings, change and update our energy grids, educate a labor pool in a myriad of different skills and capacities, work with regions to create just transitions for impacted workers and communities, and pursue some of the most ambitious civil engineering society has ever seen. **And that should not be daunting, intimidating, or lead us to- its- despair. It should be inspiring.** (D7, L86-91)

Dans cet extrait, AOC valorise le progrès, la détermination, l'éducation, la justice environnementale et économique, en bref, elle valorise la justice sociale. Pour ce faire, elle vient, en quelque sorte, corriger des liens qui peuvent se créer instinctivement lorsqu'on est confronté à des valeurs environnementales, soit le découragement et la crainte de l'insurmontable (voir Martin et Hodder, 2009; Morris, 2021), et vient rediriger vers une autre réaction plus positive, soit l'inspiration et l'espoir. AOC reconnaît donc les émotions rattachées à certaines de ses valeurs, les adresse et propose des émotions alternatives. La stratégie affective semble donc intimement liée à l'émotion de l'espoir, tel qu'on vient de le voir, et comme en témoigne le prochain extrait :

46) You know when we talk about the path forward, I wish that as a leader, I could give you comfort about our future, I wish that as a public servant, I can come here and tell you that everything's going to be alright. But I can't tell you that, today. Because I'm not interested in lying to you. But frankly, **there is no reason for us to be comfortable right now.** We are at 415. **415. There is no reason for us to be comfortable.** And I'm not here to guarantee to you that everything will be OK. But what I am here to say is that **We. Must. Try. We must try.** (D5, L52-57)

Ici, AOC valorise la transparence, le respect et la protection de l'environnement. Pour ce faire, elle insiste qu'il « n'y a pas de raison d'être confortable », affirmant donc que cet état d'esprit, que ce sentiment de confort n'a pas sa place. Au lieu, elle utilise un argument centré sur la persévérance, le courage et l'espoir : « nous devons essayer ». On retrouve également la présence de justifications scientifiques : « [niveaux atmosphériques de carbone à] 415 [part par millions] ». De ce fait, son argumentation mobilise tant des preuves associées au logos qu'au pathos.

Pour conclure, la stratégie affective se caractérise par l'utilisation d'arguments centrés sur des émotions de manière à susciter de potentielles réactions. Selon notre analyse, le sentiment d'espoir, qui lui mène vers une réaction d'inspiration, est le plus souvent évoqué dans les discours d'AOC, et donc, est un sentiment central au sein de la stratégie affective de cette dernière. Enfin, en adoptant une posture empathique, AOC reconnaît divers émotions et sentiments associés à ses politiques publiques, au mouvement progressiste et aux luttes contre les changements climatiques, validant par le fait même ces émotions. En somme, cette stratégie permet à AOC de définir quelles sont ses valeurs, mais aussi de persuader ses publics en utilisant diverses émotions comme étant des objectifs, des bénéfices potentiels de ces valeurs. Cela permet également à AOC de dicter quelles réactions elle attend de ses publics, les redirigeant du même coup vers des émotions précises, par exemple, être inspiré.

#### 4.4 La synthèse des résultats

Plusieurs éléments en lien avec la construction identitaire et les valeurs d'AOC viennent d'être présentés au fil de ce chapitre. En guise de synthèse des résultats, nous réunirons ci-après, les principales constructions identitaires d'AOC ainsi que les valeurs qui leur sont associées dans les discours. Cet exercice nous permettra, dans un premier temps, d'avoir un portrait global des éléments qui ont été présentés tout au long de ce chapitre, et dans un deuxième temps, de répondre plus adéquatement à nos diverses questions de recherche.

#### 4.4.1 Portrait global : constructions identitaires et valeurs dans les discours d'AOC

En fonction des résultats de l'ACD et des principales valeurs schématisées par AOC (QS2), nous sommes en mesure d'émettre que cette dernière construit trois principales identités dans ses discours (QS1), dont l'identité de vraie new-yorkaise, l'identité de représentante du peuple et l'identité d'héritière du progressisme, que voici sous forme de tableau.

Tableau 4.6 synthèse des résultats – Identités et valeurs d'AOC

Identités	Valeurs associées	Extraits représentatifs
Vraie new-yorkaise	Sens de la communauté (entraide, solidarité, bon voisinage) et justice sociale (inclusion, ouverture des frontières, anti-discrimination).	« You know, so often here in New York City, we can go years living on our floor and never knock on our neighbors door. And I'm asking you to knock on your neighbor's door. I'm asking you to check in on each other, to talk to people that you've never talked to before. » (D3, L122-125)
Représentante du peuple	Démocratie (participation politique), réfutation de la conformité (objection au statu quo), justice sociale (sécurité financière), moralité (intégrité et vérité).	« This race is about people versus money. We've got people, they've got money. It's time we acknowledge that not all Democrats are the same. That a Democrat who takes corporate money, profits off foreclosure, doesn't live here, > doesn't send his kids to our schools, doesn't drink our water, or breathe our air, cannot possibly represent us <. What the Bronx and Queens needs is Medicare for all, tuition-free public college, a federal jobs guarantee and criminal justice reform, we can do it now. It doesn't take 100 years to do this, it takes political courage. A New York for the many is possible. (2 sec.) It's time for one of us. Vote for Alexandria Ocasio Cortez on June 26th. » (D1, L10-18)
Héritière du progressisme	Bien-être et protection de l'environnement, paix, justice sociale, démocratie, réfutation de la	« And we are here to carry the torch forward, because when we talked about racial and economic justice, racial and social justice, we started to

	conformité, sens de la communauté (humanisme).	a- to really extend those issues to the issues of economic justice, environmental justice and [ the intersectionality and interconnectedness of all our fights. » (D2, L13-16)
--	--	--

Chacune de ces identités s’accomplissent dans le discours de manières différentes. Pour ce qui en est de l’identité de « vraie new-yorkaise », AOC mobilise différents éthè, à la fois pré-discursif et discursif (Krieg-Planque, 2017), pour la construire. D’abord, AOC s’établit dès le départ, comme étant une femme née dans le Bronx, de parents immigrants et issue de la classe ouvrière (ethos pré-discursif), relevant de ce fait de son statut préexistant de new-yorkaise, de *bronxite*. Puis, AOC montre, en quelque sorte, qu’elle est une « vraie » new-yorkaise au fil de ses discours en mobilisant des éléments spécifiques à cette identité collective, à cette culture. Donc, en s’autodésignant par sa classe sociale, son ethnicité et mettant de l’avant son sentiment d’appartenance aux valeurs de New York, AOC construit une identité ancrée dans l’essence de la ville et étant partagée par plusieurs : une identité valorisant la multiculturalité, le respect des différences, l’éthique de travail, la persévérance, bref, la communauté. AOC se positionne donc comme étant une femme « de New York », une femme « du peuple », qui a des racines profondes et ancrées dans sa communauté, sensible aux problèmes et aux besoins de sa circonscription, puisqu’elle-même a vécu dans ces conditions, est allée dans ces écoles et a grandi dans ces quartiers. En voulant montrer de sa légitimité à représenter New York, AOC a mis de l’avant divers éléments uniques et fondamentaux de cette culture, venant par le fait même la valoriser, et potentiellement cultiver un sentiment d’appartenance ou réveiller des émotions nostalgiques, appréciatives et essentiellement positives envers cette identité « urbaine ».

La seconde identité recensée dans les discours d’AOC, l’identité de représentante du peuple, quant à elle, est principalement caractérisée par un ethos discursif, c’est-à-dire, qu’elle se construit presque exclusivement au fil des discours. Elle est d’ailleurs marquée par un positionnement de la part d’AOC, cette dernière ne montrant pas d’allégeance envers aucun parti politique, mais plutôt envers un mouvement, envers le peuple lui-même, celui-ci ayant élu AOC. Cette identité se construit donc de deux façons, d’abord par un rejet de la politique, par une insoumission à des partis politiques, par une posture antagoniste adoptée par AOC, puis, par la suite, par une valorisation du processus démocratique l’ayant élu, lui ayant

donné une voix et par l'adoption d'une posture simultanée d'*insider*, c'est-à-dire, d'une posture de « [wo]man on the inside ». Ce faisant, AOC construit une identité individuelle où ses valeurs et ses intérêts personnels s'alignent avec une cause « plus grande qu'elle ». Simultanément, elle rebondi sur cette identité collective de citoyenne frustrée de la politique, représentative des enjeux sociaux, politiques du moment.

Puis, pour terminer, la troisième identité construite par AOC au fil de ses discours est l'identité d'héritière du progressisme. Comme la précédente, celle-ci est principalement caractérisée par un ethos discursif, où, à l'aide du discours, discours sien et rapporté, AOC évoque et construit une coalition progressiste au sein de laquelle elle se positionne comme l'héritière, comme celle qui « porte le flambeau » du mouvement progressiste. Cela étant dit, contrairement à la construction identitaire précédente, AOC n'a pas été démocratiquement élue « représentante » du progressisme, d'où le choix délibéré de notre part d'utiliser le mot *héritière* qui, par définition, peut signifier « celui [ou celle] qui ne peut renoncer à la succession » ou bien celui « qui perpétue l'œuvre d'une autre personne, les traditions, les idées des générations précédentes » (CNRTL). Cette construction identitaire s'inscrit donc dans la même lancée que le rejet de la politique qui rappelle que « les femmes comme elle ne sont pas supposées faire de la politique », qu'elle est appelée à occuper un rôle très symbolique au sein d'un milieu qui nous voulait originalement pas d'elle. Par ailleurs, le choix du mot a été intentionnel de manière à souligner la posture d'humilité souvent incarnée par AOC dans ses discours, où elle est appelée, un peu malgré elle, à participer à quelque chose de plus grand qu'elle. En somme, à la fois individuelle et collective, cette identité est ancrée dans le mouvement progressiste en soi, faisant écho à des valeurs et des idées progressistes (identité collective), mais est également ancrée dans le rôle qu'assume AOC au sein de ce mouvement, de cette identité collective, ce qui la pousse à se définir en tant que participante (identité individuelle). C'est notamment au fil de cette construction identitaire qu'AOC valorise les actions individuelles, les changements « à petite échelle », et ce, reflétant de cette posture d'héritière, où cette identité n'est pas uniquement politique, mais s'inscrit plutôt dans une identité individuelle et sociale.

#### 4.4.2 Généralisation des résultats

Afin de conclure cette synthèse des résultats, terminons en répondant à notre question générale de recherche. Puisque notre analyse a été effectuée à partir d'un cas précis, nous devons procéder à la généralisation de nos résultats de façon à bel et bien respecter notre objet de recherche, soit les discours de politiciennes progressistes, un groupe dont fait partie AOC. Cette dernière a effectivement été choisie

en raison de la place de faveur qu'elle occupe au sein du mouvement progressiste et de ses talents d'oratrice. Cependant, nous nous devons de procéder avec prudence en ce qui a trait à la généralisation des résultats spécifiques à AOC, et ce, en raison du caractère exceptionnel de cette dernière. Tel que nous l'avons mentionné à plusieurs reprises auparavant et comme nous le verrons plus en détail lors de la discussion, AOC est largement reconnue pour sa virtuosité et son succès au sein de la politique, et donc, il est essentiel de généraliser avec prudence et discernement. La singularité de son parcours et l'impact distinctif de ses discours rendent toute extrapolation nécessairement nuancée, reconnaissant les particularités qui font d'AOC une figure unique dans le paysage politique des États-Unis.

Cela étant dit, il est désormais possible de généraliser, prudemment, et de répondre à notre QG. Ainsi, les politiciennes progressistes aux États-Unis qui désirent susciter de l'adhésion autour de leurs valeurs ou de leurs identités *peuvent*<sup>82</sup> mobiliser les quelques stratégies discursives suivantes, puisque celles-ci ont également été utilisées par AOC au sein de ses discours : les stratégies de personnalisation, de dichotomisation, de ralliement, la mobilisation d'autorités et enfin, la stratégie affective.

Au prochain chapitre, nous examinerons davantage le lien entre ces éléments de réponse et le contexte socio-politique que nous avons présenté aux chapitres 1 et 2 de ce mémoire, et approfondirons quelques pistes de réflexion en se basant sur diverses théories issues de la communication politique. À la fin de la discussion, nous revisiterons, une dernière fois, nos questions de recherche, de façon à approfondir davantage l'interprétation des résultats. La section de généralisation des résultats a donc été scindée en deux : d'abord, ce que nous venons de faire, soit une présentation objective des résultats de l'ACD, puis ensuite, ce que nous verrons à la section 4.7, soit une interprétation plus approfondie des résultats de l'ACD en fonction du contexte, des éléments théoriques présentés au cadre d'analyse (chapitres 2 et 3) et des éléments théoriques présentés lors de la discussion.

---

<sup>82</sup> Nous avons choisi d'utiliser des verbes tels que « semblent » et « peuvent », et ce, de façon à insister sur le caractère unique du cas étudié. Ce faisant, en fonction de la place qu'occupe AOC au sein du mouvement, ses discours sont potentiellement représentatifs des discours progressistes dans leur ensemble, mais en raison de ses talents discursifs particulièrement notoires et du caractère unique de son parcours, ses stratégies ne sont peut-être pas mobilisées par d'autres politiciennes progressistes, du moins, de la même façon qu'elle.

## CHAPITRE 5

### DISCUSSION

Puis, pour ce cinquième et dernier chapitre, nous allons, tout d'abord, revisiter les principaux constats présentés lors du chapitre précédent et allons examiner les stratégies discursives employées par AOC de manière à observer en quoi celles-ci répondent, ou non, aux exigences posées par le contexte social, politique et communicationnel, tel que nous l'avons défini lors de la problématique et du cadre théorique. Par la suite, nous présenterons quelques interprétations, de manière à situer nos résultats dans la littérature et d'ouvrir quelques pistes de réflexion. Enfin, nous terminerons la discussion en présentant les éléments qui permettent de généraliser le cas à l'étude, soit en quoi les stratégies discursives d'AOC sont représentatives des stratégies discursives des politiciennes progressistes en général.

#### 5.1 Rappel du contexte social, politique et communicationnel

Pour débiter, rappelons que le contexte social, politique et communicationnel des États-Unis en est un polarisation, de radicalisation des idées et de crise généralisée, éléments qui se sont effectivement retrouvés dans les discours analysés dans le cadre de ce mémoire. De ce fait, analysons, brièvement, comment ces éléments contextuels se sont manifestés dans notre corpus, mais aussi, au sein des stratégies discursives mobilisées par AOC.

##### 5.1.1 Rejet de la politique

Tout d'abord, rappelons les éléments soulevés par le PRC (2023) dans leur rapport intitulé « l'opinion désastreuse des Américains sur la politique nationale », soit que la population des États-Unis est essentiellement frustrée, méfiante et déçue du système politique dans son ensemble (structure, fonctionnement et membres). Au fil de ses discours, AOC a soulevé des critiques semblables envers la politique. Elle a effectivement évoqué le manque de représentation, une frustration envers les politicien-nes qui adoptent une approche conservatrice ou une approche timide quant aux enjeux environnementaux et aux enjeux socio-économiques touchant à de nombreuses communautés, bref, une critique du statu quo et de la conformité au sein de l'institution politique. D'ailleurs, même au niveau sémantique, plusieurs mots utilisés par les répondant-es du sondage du PRC pour décrire la politique (figure 1.1 de ce mémoire) ont été repris par AOC : la population décrit la politique comme étant « divisée »,

AOC critique la pensée à somme nulle et s'oppose à la discrimination (division sur la base de perdants versus gagnants); la politique est « égocentrique », AOC critique l'individualisme et propose une vision plus humaniste de la politique; la politique est « désorganisée », AOC propose de se tourner vers des pratiques centrées sur les communautés « de première ligne » qui possèdent des connaissances pour affronter de manière efficace les enjeux de crise climatique et d'inégalités sociales, etc.

Donc, AOC reprend cette posture de rejet de la politique et de perte de confiance envers les élites. Ne s'identifiant pas à l'institution politique dont elle fait pourtant partie, elle se positionne non pas comme une élite politique, mais plutôt comme une « représentante », une « élue » dont la mission est d'amplifier la voix du peuple.

#### 5.1.2 Polarisation : opposition et inclusion

Dans le même ordre d'idée, dans ses discours, AOC répond également aux exigences et enjeux posés par le contexte de polarisation, tant sociale que politique, tel que nous les avons présentés lors de la problématique. Dans un premier lieu, AOC montre son opposition à cette logique de division et de polarisation sur la base d'identités et d'idéologies différentes et adopte une posture d'inclusivité et d'ouverture où elle se bat pour tout le monde, sans discrimination. Puis dans un second lieu, elle participe, elle aussi, un peu malgré tout, à cette logique de polarisation. En effet, AOC mobilise des stratégies discursives « polarisantes », soit les deux stratégies de dichotomisation, qui s'inscrivent dans une logique de division, d'opposition entre soi et autrui, entre nous et eux. De ce fait, au niveau du fond, AOC participe à la polarisation politique, mais au niveau de la forme également, c'est-à-dire, qu'elle « attaque » et s'en prend à divers individus, ciblant cependant que des élites politiques, sociales et économiques. Elle ne semble donc pas participer à de la polarisation de masse, dans le sens où elle ne s'en prend pas à des publics. Toutefois, considérant le caractère interrelié entre politique et identification affective, même si AOC ne s'en prend qu'à des politicien-nes et à des élites, elle s'en prend, indirectement, à tous celles et ceux qui s'identifient à ceux-ci.

L'enjeu de la polarisation étant très complexe, celui-ci doit être analysé avec beaucoup de nuance. Bien que nos résultats nous indiquent qu'AOC contribue, d'une certaine manière, à la polarisation politique, il est important de souligner qu'en ce qui a trait à la mise en discours de ses valeurs, elle semble davantage mettre de l'avant des valeurs auxquelles elle adhère, plutôt que des valeurs auxquelles elle s'oppose (voir tableau 4.5), il serait donc possible d'admettre qu'elle met de l'avant un discours plus constructif et

positif que négatif. De plus, même lorsque AOC attaque et nomme directement des individus précis dans ses discours, ses critiques restent tout de même dans l'ordre du politique (ex. : politiques publiques) et ne semble pas traverser la ligne des attaques dites personnelles. En d'autres mots, bien que les discours d'AOC contiennent un nombre non négligeable de contestations et de critiques, ces dernières semblent effectivement centrées sur des enjeux politiques, ce qui, selon le contexte, est légitime. Comme nous l'avons mentionné dans la problématique, la polarisation est, à un certain niveau, nécessaire dans un système démocratique où une pluralité d'opinions est encouragée, mais devient problématique lorsque les questions identitaires prennent le dessus sur les enjeux politiques. Enfin, dans ses discours, AOC met de l'avant plusieurs enjeux identitaires (identité individuelle et collective), tout en les rattachant à des questions politiques plus larges, tels que des projets de loi, des politiques publiques ou en incitant vers des actions politiques concrètes, telles qu'aller voter.

Dans une perspective globale, AOC prône l'inclusivité, l'accueil des différences et la défense de tous et toutes. Elle ne tient pas la population responsable des problèmes sociaux et environnementaux, reconnaissant les défis socio-économiques qui poussent certains à agir comme ils le font. Au lieu de cela, elle critique les dirigeant-es, les décideurs publics, les politicien-nes et les élites sociales et économiques pour *leur* rôle crucial dans la création des conditions de vie et environnementales actuelles. Ainsi, elle blâme une partie de la population, mais surtout ceux qui ont le choix et le privilège de se trouver dans leur position. Au fil de ses discours, elle accomplit de ce fait son rôle d'opposante politique.

### 5.1.3 Obstacles et défis de la communication : facteurs temporels, identitaires et spatiaux

Puis, pour terminer cette première section de la discussion, revisitons ensemble les quelques obstacles et défis de la communication politique que nous avons présentés à la problématique et en quoi, ceux-ci ont été pris en compte dans les discours d'AOC.

D'abord, en ce qui a trait aux facteurs temporels, les discours d'AOC s'inscrivent définitivement dans un contexte de campagne permanente, notamment en raison des « actions conformes à la campagne électorale en période non électorale » (voir Joathan et Lilleker, 2023), c'est-à-dire, les nombreux appels à aller voter, à s'impliquer et à participer à la politique, tout au long du corpus, qui rappelons-le, s'étend sur la période d'un cycle politique complet de la Chambre des représentants, sur un terme complet. En effet, tant en 2018, qu'en 2019, qu'en 2020, AOC incite ses publics à participer à des actions « électorales », cela dit, à une seule reprise, soit dans son premier discours en 2018, elle demande explicitement de voter «

pour elle ». Autrement, elle semble plutôt prioriser des actions « démocratiques », d'implication « générale » des gens dans la politique. De ce fait, selon notre analyse, il ne semble pas y avoir un détournement des priorités politiques de la part d'AOC, celle-ci tournée vers le bon fonctionnement et l'avancement de plusieurs politiques publiques, telles que le Green New Deal. Puis, tel que présenté plusieurs fois, dans ses discours, AOC s'inscrit définitivement dans une posture antagoniste, une posture de rejet de la politique, qui est largement nourrie par une désaffiliation aux partis politiques, aux normes et aux valeurs fondamentales de la politique en tant que telle, ce qui nourrit effectivement une certaine hostilité, perçue entre autres, par la mobilisation du champ sémantique de la guerre. Malgré l'effet potentiellement motivateur de cette sous-stratégie, l'univers référentiel de la guerre présuppose, de par sa nature, une hostilité envers le camp opposé. Cela étant dit, comme nous l'avons également présenté lors de la problématique, parfois, une posture oppositionnelle peut être pertinente pour susciter l'adhésion de celles et ceux qui se sentent délaissés-es, qui ont de l'animosité envers la politique. En ce sens, le fait que l'hostilité d'AOC ne semble pas être dirigée envers un parti en particulier, mais bien envers le système en soi, cette animosité, maintenant incarnée dans son identité, lui permet potentiellement de rejoindre et de faire en sorte que plusieurs personnes désintéressés-es ou délaissés-es de la politique d'identifient à elle, ses discours et ses politiques publiques.

Par la suite, en ce qui concerne les facteurs identitaires, AOC évoque à plusieurs reprises les enjeux liés aux inégalités persistantes pour les femmes, notamment de couleur, désirant faire de la politique, situant, encore une fois, ses discours dans le contexte communicationnel présenté dans la problématique. Elle mentionne effectivement le manque de représentation, qui a été un obstacle à surmonter de son côté (rejet initial de la politique, section 4.2.2.2.1), mais ridiculise également le traitement que reçoivent les femmes politiciennes et les femmes activistes environnementales. En effet, AOC utilise, entre autres, l'humour pour ridiculiser le traitement différentiel des femmes, par exemple, lorsqu'elle dénonce le fait que des politiciennes mobilisant des données scientifiques lorsqu'elles communiquent sur des enjeux environnementaux sont étiquetées d'« hystériques », au lieu des hommes, qui eux, peuvent être tout simplement étiquetés d'« alarmistes », mettant donc en lumière ce phénomène de double standard sexiste évoqué à la problématique (Ditonto, 2017). Par ailleurs, la posture oppositionnelle adoptée par AOC tout au long de ses discours, vient en quelque sorte, perturber la politique de respectabilité (Matos, 2019) présentée, elle aussi, lors de la problématique, c'est-à-dire, qu'AOC reconnaît la nature « confrontante » de ses identités et de ses valeurs, mais s'approprie ce positionnement d'*outsider*. Somme toute, AOC ne semble pas perpétuer ces inégalités identitaires, valorisant plutôt un féminisme

intersectionnel, anti-colonialiste, bref, un féminisme reconnaissant la pluralité des identités et des embuches liées à celles-ci ainsi qu'un féministe dénonçant le double standard entre hommes et femmes en politique.

Enfin, les discours d'AOC s'inscrivent définitivement dans un contexte de médiatisation du politique, c'est-à-dire, qu'ils répondent aux enjeux « spatiaux » dressés lors de la problématique. Par exemple, au niveau de la structure des discours d'AOC, celle-ci mobilise parfois des phrases-chocs, des slogans pouvant facilement être partagés et repris dans les médias (Rituort, 2010). Que ce choix soit conscient ou non, cela place AOC comme étant participante de la médiatisation du politique, cela étant dit, selon notre analyse, AOC ne semble pas se distancier de ses publics, ni désacraliser les prises de paroles. Au contraire, elle présente et met de l'avant son équipe de fonctionnaires travaillant dans ses bureaux de circonscriptions, reconnaît leur apport et crée le lien entre ceux-ci et son électorat, puis, considérant qu'elle valorise l'intégrité et la vérité (valeur de la moralité) et qu'elle mobilise plusieurs références ayant une certaine crédibilité (sources scientifiques, figures d'autorité, etc.), il y a reconnaissance du caractère sacré des discours politiques. Cela étant dit, si l'on regarde les discours d'AOC dans son ensemble, c'est-à-dire, en sortant de notre corpus, elle semble toutefois participer à la désacralisation des prises de paroles, notamment en fonction de la multiplication de ceux-ci (tant dans l'espace public que l'espace médiatique, par exemple, sur Instagram) et en fonction du caractère parfois plus informel de ses discours. Ainsi, elle sembler participer, à certains égards, à la désacralisation des prises de paroles, et ce, si l'on prend en compte ses discours dans leurs ensembles, et non pas seulement dans le corpus.

Autrement dit, les discours analysés s'inscrivent définitivement dans le contexte communicationnel, social et politique tel que nous l'avons présenté lors de la problématique, et AOC semble également reconnaître ces éléments de contexte, ces obstacles et semble articuler ses identités et ses valeurs en fonction de ces facteurs temporels, identitaires et spatiaux présentés.

## 5.2 Interprétations et pistes de réflexion

Maintenant, poursuivons la discussion avec quelques pistes de réflexion. Partant de nos résultats présentés au chapitre précédent, AOC construit trois principales identités au fil de ses discours, soit l'identité de vraie new-yorkaise, de représentante du peuple et d'héritière du progressisme. Dans cette section, nous examinerons ces constructions identitaires à travers le prisme de trois grands concepts et théorie en communication politique, soit le populisme, le marketing politique et le féminisme.

### 5.2.1 Populisme : ethos et stratégies discursives

Pour débiter, examinons le lien entre les stratégies discursives, les constructions identitaires, les valeurs, en d'autres mots, entre les discours d'AOC et le populisme, qui, selon Turbide (2004), est un « mot passe-partout » pouvant prendre plusieurs formes, étant historiquement, mais pas exclusivement, associée à la droite politique et qui se manifeste dans le discours politique. Le populisme « [émerge] dans les sociétés en crise[, est] associé à un état de manque, de désenchantement à l'égard des élites sociales et politiques, [et] constitue la contestation du statu quo au nom du peuple » (*ibid.*, p.24). Plus précisément, il repose sur la conviction que la structure de pouvoir actuelle est inefficace pour résoudre les problèmes majeurs, nécessitant ainsi un changement. Les populistes prônent une communication horizontale entre gouvernés et gouvernants, en opposition à l'organisation hiérarchique traditionnelle, et favorisent une démocratie directe, en quête de transparence et de proximité (*ibid.*). Par conséquent, le populisme se présente comme un style politique qui simplifie les interactions entre les citoyens et le gouvernement, tout en rejetant la complexité inhérente à la politique (*ibid.*). Au regard de cette brève description, la plupart des discours d'AOC semblent de ce fait s'inscrire dans un registre populiste, mais examinons de plus près ce rapport.

Toujours selon Turbide (2004), les discours populistes peuvent être identifiés selon différents critères fondés sur la relation entre les interlocuteurs, le registre du discours et l'offre politique. Plus précisément, voici les caractéristiques clés permettant de reconnaître un discours populiste (*ibid.*) :

- La relation entre les interlocuteurs :
  - o **Adéquation entre le locuteur et le peuple** : Le discours populiste se distingue par sa volonté d'incarner le peuple sur un pied d'égalité, en fusionnant leader et peuple à travers l'utilisation intensive des pronoms collectifs « nous » et « on », rendant ainsi le peuple complice et responsable des actions évoquées. Cette identification se manifeste également par des énoncés où le locuteur s'assimile directement au peuple.
  - o **Appel au peuple** : le discours populiste se distingue par divers appels au peuple, repérables par l'usage de termes faisant référence à celui-ci (gens, concitoyens, etc.).
- Registre du discours :
  - o **Bon sens** : Le discours populiste utilise des procédés stylistiques comme les métaphores et la tautologie pour créer un espace d'opinions et de croyances partagées entre le peuple et le politicien, en rendant simple des événements politiques et en utilisant des lieux communs pour établir un consensus immédiat.

- **Évidence** : Le registre de l'évidence dans le discours populiste repose sur des arguments d'autorité et des aphorismes qui sont présentés comme des vérités absolues et acceptées par tous, créant un consensus et évitant toute contestation.
- **Proximité** : Les populistes établissent une relation de connivence avec le peuple en utilisant un vocabulaire familier et des expressions concrètes, ainsi que des procédés de concrétisation et d'humour, pour créer une communication horizontale et rapprocher le politicien de son auditoire.
- Offre politique :
  - **Discours davantage d'opposition que de propositions** : Le discours populiste se concentre principalement sur la critique et l'opposition au statu quo, utilisant des procédés de dissociation pour renforcer sa position tout en proposant peu de véritables solutions.
  - **Changement** : Le discours populiste appelle à une réforme profonde et met l'accent sur la nécessité de changement, souvent exprimée par une fréquence élevée de termes liés à la nouveauté et à la différence.
  - **Refus du long terme et des médiations** : Le populisme rejette la complexité politique et les médiations entre le gouvernement et le peuple, prônant une action immédiate et directe, souvent en dénigrant les institutions intermédiaires comme la bureaucratie et les syndicats.

Au regard de ce portrait détaillé des critères qui font d'un discours un discours populiste, nous sommes de ce fait en mesure d'émettre le constat que les discours d'AOC comportent des caractéristiques populistes, notamment sur le plan de la relation construite par AOC avec ses interlocuteurs et du registre de discours adopté. En effet, AOC fait souvent appel au peuple directement, elle parle principalement au « nous », elle centre ses discours autour d'expériences partagées par elle et par ses publics, elle communique au nom d'un consensus social, elle crée fréquemment de lien de proximité entre elle et ses publics et enfin, le progrès, les changements structurels et le statu quo sont souvent des éléments centraux dans ses discours.

Cependant, malgré sa posture de critique assumée au fil des discours, elle présente également beaucoup de solutions, à diverses échelles, permettant de combattre les défis et les problèmes sociaux, environnementaux, économiques identifiés. Dans ses discours, cet aspect se manifeste notamment par des stratégies discursives visant à combattre la démotivation que plusieurs peuvent sentir face au

*nombreux* changements nécessaires et visant plutôt, à les inspirer, et à leur donner de l'espoir face aux possibilités du futur. Par ailleurs, AOC valorise grandement les syndicats, les unions et les différents niveaux bureaucratiques au sein de la politique, mettant de l'avant ses équipes de fonctionnaires et participant à plusieurs mouvements sociaux syndicaux. En ce sens, seule son offre politique n'est pas entièrement populiste, confirmant donc que les discours d'AOC comportent *certaines* caractéristiques populistes, mais ne le sont pas dans leur ensemble.

Dans la littérature, AOC est fréquemment décrite, comme étant une « leader populiste » (voir Rasulo, 2020). Cela étant dit, ces études se basent presque uniquement sur des analyses linguistiques des discours d'AOC, écartant de ce fait le critère en lien avec l'offre politique, qui relève davantage d'une analyse des politiques publiques avancées et non pas seulement des « messages politiques ». D'ailleurs, dans sa recherche visant à examiner la présence en ligne d'AOC, Rasulo (2020) émet le constat qu'AOC construit effectivement une image populiste sur Twitter sur la base de l'axe des messages publiés, qui eux, sont centrés sur le peuple (l'acteur politique appartient au peuple, parle au nom du peuple, est d'accord avec le peuple; l'acteur politique prétend représenter ou incarner le peuple) et mettent de l'avant une posture anti-élite (les élites n'appartiennent pas au peuple, ne le connaissent pas, ne parlent pas en son nom; les élites sabotent les intérêts du peuple pour leur propre bénéfice). Selon l'analyse linguistique de Rasulo, sur Twitter, AOC fait usage, mais surtout, maîtrise une « rhétorique populiste », ou sa présentation de soi se réalise d'une part, via de la polarisation, de la provocation, des représailles, des contre-attaques (posture anti-élite), et d'autre part, via des messages centrés sur son rôle au sein de la communauté, sa famille, son inclusivité, mais aussi via des déclarations émotionnelles et motivantes (posture centrée sur le peuple). Cependant, que l'on qualifie AOC de fondamentalement populiste ou non, il semble qu'elle mobilise effectivement des stratégies discursives ancrées dans une logique populiste, et ce, tant en ligne (Rasulo, 2020) que dans ses allocutions tel que montré par notre analyse.

Par ailleurs, certain-es chercheur-es vont jusqu'à dire que le populisme est tout simplement « l'esprit du temps », un *Zeitgeist* (Mudde, 2004 ; Rasulo, 2020). En effet, selon certains, nous vivons dans une époque populiste, et ce, principalement en raison de l'attrait des promesses politiques visant à défendre les gens ordinaires dont la voix a été oubliée, effacée, enterrée (Rasulo, 2020). Il y aurait donc une « vague » populiste dont plusieurs politicien·nes souhaiteraient profiter. Cela étant dit, que les stratégies discursives populistes d'AOC soient délibérées ou non, « surfant la vague » ou non, elles lui permettent tout de même d'ancrer ses discours au sein des communautés auxquelles elle s'adresse, de communiquer

horizontalement et de parler au nom du peuple. Autrement dit, la nature parfois populiste des discours d'AOC lui permet d'attirer l'attention et de potentiellement susciter l'adhésion de celles et ceux adoptant également une posture anti-élite ou ayant une méfiance envers le système politique.

Puis, dans la foulée de cette idée qu'il y aurait actuellement une montée du populisme, Bugaric (2019) reconnaît, lui aussi, que nous vivons dans une époque fondamentalement populiste (p.391) :

Nous vivons actuellement une époque de ressentiment populiste à l'égard de l'ordre international libéral et de sa forme constitutionnelle fondamentale – la démocratie constitutionnelle libérale. Des partis politiques, des mouvements ou des dirigeants tels que Trump, Kaczynski, Orban, Erdogan, Poutine, Salvini, Morales, Maduro, Marine Le Pen, Wilders, pour n'en citer que quelques-uns, prétendent être les seuls « vrais » représentants de leurs peuples contre les élites corrompues. Ce qui est particulier dans la poussée populiste actuelle, c'est la prédominance des formes autoritaires sur les formes démocratiques du populisme. Les populistes autoritaires ne s'attaquent pas seulement aux politiques fondées sur les principaux piliers institutionnels de cet ordre, mais très souvent ils remettent également en question les fondements mêmes de l'ordre libéral en tant que tel.

Tant dans l'histoire que dans la littérature, le populisme a longtemps été opposé au constitutionnalisme, au système démocratique, tel qu'en témoignent les nombreux mouvements « autoritaires » populistes des dernières années mentionnées dans l'extrait ci-dessus (Bugaric, 2019). Cela dit, dans sa recherche visant à étudier les « deux visages du populisme », Bugaric réfute cette opposition, qu'il juge réductrice, inexacte et défectueuse. Il soutient effectivement qu'en réalité, il existe plusieurs exemples de populisme n'ayant pas « dégénéré » en autoritarisme, en citant notamment FDR et le New Deal et les nombreux bienfaits de cette présidence populiste sur le système démocratique des États-Unis (*ibid.*). En effet, selon Bugaric « en examinant la carte actuelle du populisme, nous pouvons également trouver des exemples de populistes démocratiques qui cherchent à protéger et à défendre la démocratie en la rendant plus réactive, plus équitable et plus inclusive (Sanders, Warren, Podemos, Syriza) » (p.390). En ce sens, il y aurait donc deux visages du populisme : le *visage autoritaire*, qui contredit les principes clés du constitutionnalisme démocratique moderne, et le *visage émancipateur* du populisme, qui lui, cherche à restaurer ces mêmes principes, en les soustrayant à l'influence des « élites financières » irresponsables, qui menacent de compromettre la nature même de la démocratie. Considérant que Bugaric place FDR et Sanders comme s'inscrivant dans le second visage du populisme, soit le visage émancipateur, et considérant le positionnement d'AOC quant à ces deux acteurs politiques, il pourrait donc être possible d'admettre qu'AOC s'inscrit, elle aussi, dans cette visée du populisme, soit une visée de revalorisation de la démocratie, qui part d'un grand manque de confiance envers les élites socio-économiques et politiques. De fait, il est

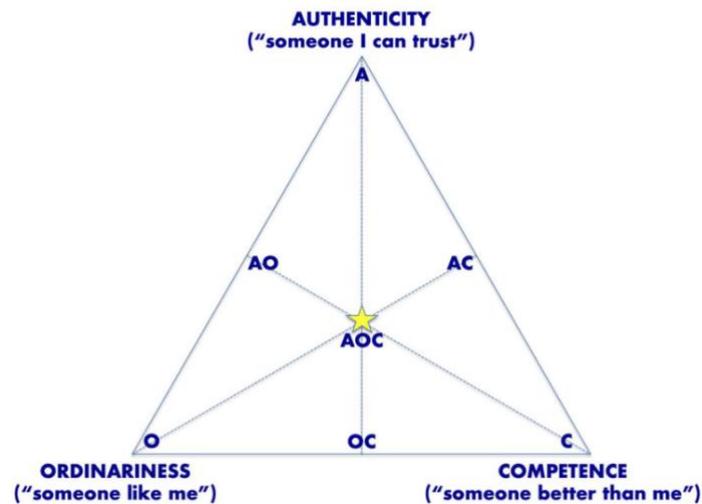
possible de rejeter l'analyse comme quoi l'étiquette populiste est nécessairement négative et associée à des fins machiavéliques. AOC utilise des stratégies populistes dans ses discours, en cohérence avec « l'esprit du temps », mais davantage dans une logique de promotion d'un mouvement qui cherche à recentrer la politique sur ce qui est le *plus* important : le bien-être global du peuple et la pérennité de la démocratie.

### 5.2.2 Marketing politique : authenticité, *insider* et *outsider*

À la section précédente, nous venons de voir en quoi certaines stratégies discursives mobilisées par AOC s'inscrivent dans un registre populiste, mais dans cette section, nous verrons davantage comment celles-ci peuvent également être analysées sous le prisme du marketing politique, plus précisément, en évaluant le caractère authentique d'AOC et de ses stratégies. D'abord, le concept de marketing politique prend ses racines du marketing commercial et réfère à un ensemble de techniques et de stratégies ayant comme objectif principal de promouvoir des candidat-es, des partis ainsi que des idées politiques afin d'influencer les opinions et les comportements des électeurs-trices (Ceccobelli et Di Gregorio, 2022). Le marketing politique vient donc, à certains égards, répondre aux exigences posées lors de la problématique, notamment en lien avec la campagne permanente, la médiatisation du politique, et donc, en ce qui a trait à l'institutionnalisation de la communication politique (Joathan et Lilleker, 2023). En fonction de nos résultats de recherche et de cette définition, il est donc possible d'admettre qu'AOC mobilise plusieurs pratiques tirées du marketing politique dans ces discours. Effectivement, elle mobilise de nombreuses stratégies visant à influencer la perception de ses identités, de ses valeurs, de ses politiques publiques, et donc, visant à susciter de l'approbation, de l'adhésion et du soutien de la part de ses électeurs-trices.

Le marketing politique permet d'évaluer pourquoi certain-es politicien-nes parviennent à attirer et à maintenir le soutien d'électeurs-trices, tandis que d'autres, n'y parviennent pas. Une large portion des travaux en communication politique soutient d'ailleurs que la recette, la clé pour susciter de l'adhésion, se trouverait dans la communication horizontale priorisée par plusieurs politicien-nes progressistes contemporain-es, « qui s'incarne très souvent dans la tentative récurrente des dirigeants politiques d'apparaître comme des citoyens ordinaires » (Ceccobelli et Di Gregorio, 2022, p.113). Cela étant dit, Ceccobelli et Di Gregorio (2022), pour leur part, soutiennent qu'il y aurait deux autres facteurs primordiaux et souvent négligés s'ajoutant au critère de *familiarité*, soit la *compétence* (individu « meilleur » que les citoyens ordinaires) et l'*authenticité* (individu de « confiance » qui se soucie sincèrement de sa propre communauté), qui ensemble, forme le « triangle de leadership », présenté ci-dessous.

Figure 0.1 le triangle de leadership



Ce triangle<sup>83</sup>, selon les chercheurs, permet de comprendre et de représenter graphiquement ce qui motive potentiellement les taux élevés d’approbation des dirigeant-es politiques contemporains et d’expliquer les raisons de leur succès, ou bien de leur échec (*ibid.*)<sup>84</sup>. En ce sens, il peut être pertinent de voir si les discours d’AOC viennent répondre à ces trois critères de leadership, notamment, en raison du certain paradoxe ayant ressorti de la construction identitaire d’AOC, soit le paradoxe *insider/outsider*. En effet, d’un côté, AOC rejette l’étiquette de politicienne et critique ouvertement l’institution politique, ses membres et ses valeurs, se positionnant ainsi comme une opposante, une antagoniste à ce système. Puis, d’un autre côté, elle valorise des principes démocratiques et se présente comme une « championne »<sup>85</sup> progressiste, agissant au nom du peuple et luttant de l’intérieur pour apporter des changements. Plus encore, malgré son rejet de l’affiliation politique et de tout ce que cela implique et représente, AOC participe activement au « jeu » politique. Non seulement elle mobilise, mais elle maîtrise les codes, les mœurs et les pratiques politiques conventionnelles, ce qui en soi, relève effectivement d’un paradoxe. Autrement dit, bien qu’elle

---

<sup>83</sup> Nous ne pouvons passer sous silence le fait que chacune des dimensions du triangle, dans la langue anglaise, forme l’acronyme AOC (Authenticity, Ordinariness et Competence). Cet hasard est trop cocasse pour ne pas être mentionné.

<sup>84</sup> Il est important de souligner que ce modèle, tout comme le contexte dans lequel évoluent les discours d’AOC, correspond aux normes blanches et patriarcales du système politique et médiatique des États-Unis. Dans de futures recherches, il pourrait être pertinent d’évaluer la potentielle perception du leadership d’AOC et des politiciennes progressistes selon un modèle féministe, c’est-à-dire, qui comprend les enjeux additionnels liés aux biais sexistes et racistes auxquels font face ces femmes politiciennes. Dans le cadre de ce mémoire, le modèle de Ceccobelli et Di Gregorio est adéquat puisqu’il montre, assez largement, les critères d’évaluation du leadership d’AOC.

<sup>85</sup> Désignation tirée du discours 1 : « It's clear that these changes haven't been for us, and we deserve a **champion**. It's time to fight for a New York that working families can afford. **That's why I'm running** for Congress » (lignes 8 et 9).

refuse de se désigner comme une politicienne, elle est simultanément perçue et reconnue comme telle : elle est désignée par plusieurs dans l'espace médiatique comme étant l'une des politiciennes les plus influentes et importantes de cette génération (voir Alter, 2019; Rasulo, 2020; Valle, 2024). En d'autres mots, il est intéressant d'observer comment AOC navigue entre son rôle d'*outsider* et d'*insider* et comment elle parvient à concilier ses critiques du système avec son efficacité politique, et ce, de manière authentique, c'est-à-dire, sans trop de contradictions.

Selon les critères élaborés par Ceccobelli et Di Gregorio, il semble effectivement qu'AOC soit une « leader efficace » : elle est familière, authentique et compétente. Sans nécessairement appliquer, dans son entièreté, le modèle de triangle de leadership aux discours d'AOC, voyons ensemble le lien entre AOC et les trois principales dimensions critiques.

**Familiarité** : AOC mise grandement sur des stratégies populistes telles qu'évoquées au point précédent, c'est-à-dire, des stratégies de communication horizontale, la cadrant comme quelqu'un d'ordinaire, d'accessible, de près des gens, bref, la cadrant comme « l'une des leurs ». Cette dimension de familiarité a d'ailleurs été mobilisée via divers processus de légitimation au fil des discours, notamment, au sein de son identité de vraie new-yorkaise et de représentante du peuple. AOC mobilise donc cette dimension lorsqu'elle adopte cette posture d'*insider* : *insider* au sein d'un groupe social, d'une identité collective, mais aussi *insider* dans son rôle d'agente double, représentant le peuple et se battant de l'intérieur. Dans tous les cas, dans ses discours, elle n'évoque pas de sentiment d'appartenance envers la politique et semble plutôt avoir une certaine allégeance envers celles et ceux qui lui ressemblent, qui vivent dans des conditions similaires, bref, envers ces gens ordinaires « comme elle ».

**Authenticité** : Dans la littérature, un-e leader politique est perçu-e comme authentique lorsqu'iel incarne ou évoque des éléments tels que la cohérence, l'intégrité, la congruence, l'honnêteté, la fiabilité, l'intimité, la spontanéité, la véracité (Luebke, 2021), mais plus particulièrement, lorsqu'iel incarne la confiance (Ceccobelli et Di Gregorio, 2022). Dans ses discours, AOC mise effectivement sur diverses stratégies et procédés communicationnels visant à mettre de l'avant ses caractéristiques faisant d'elle quelqu'un digne de confiance qui n'opère pas en fonction d'un opportunisme politique. Cette posture est d'ailleurs véhiculée dans ses discours via des énoncés tels que « going into politics was not in the plan » (D1, L5). De ce fait, la présentation de soi d'AOC révèle, au fil de ses discours, un soi authentique (représentant légitime du peuple), intime (stratégie de personnalisation) et intègre (valeurs et posture oppositionnelle).

**Compétence** : Dans la littérature, des leaders dits compétents apparaissent comme des experts, expérimentés, bien informés, qualifiés, intelligents, travailleurs, objectifs, engagés et dotés de capacités spécifiques (voir Ceccobelli et Di Gregorio, 2022). Tel que nous l'avons mentionné à plusieurs reprises au fil de ce mémoire, AOC a longtemps été critiquée pour son jeune âge et sa soi-disant naïveté, en ce sens, plusieurs la perçoivent pas comme n'étant pas compétente. Évidemment, dans ses discours, AOC construit une image compétente d'elle, et pour ce faire, elle mise plus particulièrement sur sa capacité à « faire avancer les choses », sur ses « qualités de leader » et sur sa débrouillardise (stratégie de personnalisation). De ce fait, elle semble cadrer sa compétence, non pas comme étant innée, mais plutôt acquise.

Considérant le contexte dans lequel s'inscrivent les discours d'AOC, à savoir un environnement dominé par un Boys Club où les critères d'évaluation de la compétence sont largement ancrés dans des normes blanches, riches et masculines, la construction identitaire d'AOC ne présente donc potentiellement pas de paradoxe. En prenant en compte les trois critères du triangle de leadership (familiarité, compétence et authenticité), il est probable que son succès électoral n'aurait pas été aussi significatif si elle s'était limitée à une seule facette de son identité : uniquement *insider* ou uniquement *outsider*. Dans un cas comme dans l'autre, elle aurait potentiellement été perçue comme non authentique et non familière (uniquement *insider*) ou non compétente (uniquement *outsider*). Par ailleurs, comme en témoigne les quelques extraits ci-dessous, au sein de l'espace médiatique, qui rappelons-le, joue un rôle non négligeable notamment dans les processus d'approbation, d'agenda-setting et de ralliement des publics (Gilardi *et al.*, 2022), AOC est jugée comme étant authentique dans cette posture dichotomique d'*insider/outsider* :

Alexandria Ocasio-Cortez arrived in Washington as the ultimate Democratic disruptor. Four years into her House career, she's embracing a new role: team player (Wu et Carney, 2023).

In straddling the line between outsider and insider, Ms. Ocasio-Cortez is trying to achieve the one thing that might just shore up her fractured party: building a new Democratic coalition that can consistently draw a majority of American support. (Valle, 2024)

we're witnessing a skilled tactician exiting her political adolescence and coming into her own as a veteran operator out to reform America's most dysfunctional political body. (*ibid.*).

De ce fait, malgré, qu'en théorie, cette construction identitaire *insider/outsider* présente des failles potentielles (exclue, mais participante à la politique), il semble qu'AOC incarne, véritablement et authentiquement, cette posture à la fois familière et à la fois compétente. Dans une future analyse, il pourrait être intéressant d'approfondir davantage ce rapport de rejet, mais de participation active au sein

de l'espace politique de la part d'AOC, car il y a potentiellement plus de nuances et de crevasses à explorer, complexifiant encore plus ce « paradoxe » qui marque, malgré tout, ses discours.

### 5.2.3 Perspective féministe : émancipation ou sacrifice

Pour terminer, nous proposons d'explorer davantage le rôle qu'occupe AOC au sein du mouvement progressiste. Plus précisément, nous souhaitons examiner la troisième construction identitaire mentionnée lors de la présentation des résultats, soit celle d'héritière du progressisme. Tel que nous l'avons évoqué brièvement, au fil des discours, cette identité individuelle (rôle au sein du groupe) et collective (lutte progressiste) se caractérise notamment par une image symbolique où AOC reprend le flambeau du progressisme. De ce fait, dans un contexte où une femme succède à des hommes et « hérite » d'un mouvement social longtemps incarné par des figures masculines (Bernie Sanders, FDR, Ed Markey, etc.), il est pertinent de se demander si l'on peut réellement parler d'émancipation ou même de revendication. D'un point de vue féministe, des questions d'agentivité peuvent également être soulevées, et ce, considérant la réticence évoquée par AOC à se lancer en politique et le rôle symbolique qu'elle occupe désormais au sein de l'espace politique et du mouvement progressiste en tant que tel.

D'abord, rappelons notre choix d'utiliser le mot « héritière » était délibéré, et ce, parce qu'AOC est en quelque sorte « appelée » à succéder au rôle de leader du mouvement progressiste, malgré que « les femmes comme elle ne sont pas supposées aller en politique »<sup>86</sup>. Au chapitre précédent, nous n'avons pas développé en détail l'utilisation du champ sémantique de la foi, autre que dans le tableau 4.4, cela dit, lorsqu'AOC le mobilisait, il était justement question de cet « appel » presque divin à changer les choses, évoquant donc un besoin, une nécessité, voire une destinée « plus grande qu'elle ». Instinctivement, il y a une dimension d'émancipation dans cette représentation politique : une jeune femme d'origine portoricaine qui excelle en politique. Cependant, l'aspect de la « destinée » soulève des questions sur son agentivité, comme si AOC subissait son sort et se sacrifiait pour une cause plus grande qu'elle. Cette dimension est particulièrement visible dans son identité d'héritière du progressisme, où elle « hérite » d'un rôle très symbolique dans un milieu politique traditionnellement masculin. Afin d'approfondir cette piste de réflexion, nous proposons de l'analyser sous le prisme du féminisme.

---

<sup>86</sup> Traduction libre de « women like me are not supposed to run for office » (D1, L1).

Dans la littérature féministe, le concept du plafond de verre est associé à l'acte de surmonter les barrières invisibles, mais réelles qui empêchent les femmes et les minorités d'atteindre des positions de pouvoir et de leadership (voir Grangeiro *et al.*, 2021 ; Manzi et Heilman, 2021). Cela implique de franchir des obstacles systémiques et culturels qui empêchent à ces groupes sous-représentés et minoritaires d'accéder aux niveaux hiérarchiques supérieurs, historiquement tenus par des hommes blancs et riches, tant en politique que dans les autres sphères de la société (*ibid.*). Ce concept, qui a gagné en popularité à partir de la fin des années 1980 (Ferrante, 2018), permet effectivement d'illustrer les tensions évoquées à plusieurs reprises dans ce mémoire, notamment en ce qui a trait à la relation exclue/participante au sein du milieu politique. En effet, à première vue, en atteignant des positions de pouvoir autrefois inaccessibles, AOC semble réaliser un acte émancipateur. Toutefois, cette avancée peut ne pas avoir d'impact concret sur la transformation des structures et des dynamiques de pouvoir sous-jacentes qui maintiennent les inégalités (Manzi et Heilman, 2021). Comme nous l'avons mentionné lors de la problématique et du cadre théorique, selon la politique de respectabilité (Matos, 2019), certaines femmes de couleur sont destinées à faire des vagues. Si elles ne respectent pas les normes comportementales et de « présentation de soi » ancrées dans une hétéronormativité blanche et patriarcale, elles perturbent presque automatiquement leur environnement, les institutions politiques, ce qui les condamne à ne pas être respectées (*ibid.*). Ces enjeux de conformité affectent leur autonomie, leur pouvoir et leur capacité à provoquer des changements significatifs.

D'ailleurs, l'émergence du concept de plafond de verre dans les années 1980 et 1990 coïncide avec la montée du néolibéralisme, c'est-à-dire, cette doctrine économique et politique qui privilégie, entre autres, un capitalisme libéral et donc, l'individualisation des risques économiques (Fraser, 2017). Plusieurs politologues et féministes, telles que Fraser (2017), critiquent le néolibéralisme pour sa capacité à instrumentaliser des idéaux de justice et d'émancipation, y compris ceux tirés du féminisme et du mouvement des droits civils, en les réinterprétant de manière à servir les intérêts du capitalisme. Ainsi, le néolibéralisme utilise des notions de liberté et d'égalité pour justifier des politiques qui, en réalité, renforcent les inégalités et limitent les protections sociales, tout en déplaçant la responsabilité des problèmes structurels vers les individus (*ibid.*). Partant de ces deux concepts, soit le plafond de verre et le néolibéralisme, et du fait que dans ses discours, AOC construit une coalition progressiste en mobilisant

presque exclusivement des figures masculines<sup>87</sup>, nous devons nous questionner sur le réel pouvoir émancipateur de ce rôle symbolique de porteuse de flambeau incarnée par AOC.

Le succès politique d'une femme peut donc être considéré comme un couteau à double tranchant, celle-ci étant pratiquement condamnée à reproduire des pratiques normatives dans le but d'avancer, et donc, de sacrifier certains enjeux au nom du bien commun. Cela nous amène, par ailleurs, vers le concept de « servitude perpétuelle », qui, élaboré par Ball et ses collaboratrices (2020), permet également d'illustrer les tensions, les défis et les embuches auxquels sont confrontées les femmes engagées, politiques ou dans une position de leadership. Plus précisément, le concept de servitude perpétuelle, comme le nom l'indique, se réfère à la situation où, même après avoir atteint des positions de pouvoir, certaines personnes, des femmes principalement, restent confinées dans des rôles et des attentes qui les maintiennent dans une forme de subordination et de contrôle (*ibid.*). Ce principe met en évidence que, malgré une apparente ascension structurelle ou sociale, certaines personnes sont tout de même confrontées à des contraintes les poussant à se conformer aux normes et exigences de ces positions, ce qui limite leur capacité à agir de manière autonome et à provoquer des changements significatifs (*ibid.*). Ainsi, la « servitude perpétuelle » souligne l'*illusion* de l'émancipation individuelle dans des systèmes qui ne changent pas fondamentalement les inégalités et les rapports de pouvoir. Au regard de cette définition, AOC pourrait, relativement aisément, être confrontée à ce perpétuel sentiment de devoir servir et répondre à des normes structurelles, dans ce cas-ci, hétéronormatives, patriarcales et blanches, et ce, même au sein d'un mouvement progressiste. Il est effectivement intéressant de regarder en quoi les progressistes se différencient au niveau du fond, mais potentiellement pas de la forme, considérant la présence accrue d'homme et la posture de successeur incarnée par AOC, cette dernière, confrontée à se conformer pour faire avancer les choses et ne pas se conformer, mais être bloquée de tous les côtés.

Puis, enfin, ces luttes presque constantes entre conformité et émancipation mènent donc potentiellement vers l'épuisement, la fatigue. À ce sujet, Diez et Roth (2020) ont développé le concept de « fatigue d'émancipation ». Celui-ci vient décrire l'exténuation souvent ressentie par les individus, souvent des

---

<sup>87</sup> Selon le portrait brossé par AOC dans ses discours, l'environnement politique progressiste des États-Unis semble être représentatif du milieu politique dans son ensemble, c'est-à-dire, qu'il est majoritairement masculin, blanc et âgé. Cela étant dit, nous devons souligner qu'actuellement, il y a plusieurs femmes, de tout âge, ethnicité et classe sociale, oeuvrant au sein de la politique, notamment au sein du mouvement progressiste. Nous pensons, par exemple, aux membres du *Squad*, telles que mentionnées à l'introduction : Rashida Tlaib, Ilhan Omar, Ayanna Pressley, etc. Somme toute, nous convenons que, du moins, dans les discours étudiés, AOC évoque principalement des hommes politiques.

femmes et des minorités, qui sont constamment engagés dans des luttes pour leur émancipation et pour le changement social (*ibid.*). Cette fatigue découle, entre autres, de la pression incessante de devoir non seulement exceller dans leurs domaines respectifs, mais aussi représenter et incarner des idées de transformation sociale. Cette lutte constante pour maintenir et justifier leur position tout en affrontant les obstacles systémiques et les attentes peut entraîner un sentiment d'épuisement. En d'autres termes, malgré les progrès réalisés, la charge émotionnelle et psychologique de devoir constamment prouver leur valeur et lutter contre les structures de pouvoir existantes peut devenir accablante, menant à une forme de fatigue liée à leur quête d'émancipation (*ibid.*).

Donc pour conclure, bien que potentiellement émancipatrice, il semble que la position symbolique incarnée par AOC au sein du mouvement progressiste peut également être la source de nombreux défis et de tensions. L'héritage qu'elle incarne, succédant à des figures masculines emblématiques du progressisme, soulève des questions sur son agentivité et sa capacité à véritablement transformer les dynamiques de pouvoir existantes. Il ne faut également pas passer sous silence le poids qu'AOC porte sur ses épaules, c'est-à-dire, le poids de toutes celles et tous ceux qu'elle représente : les femmes, les personnes de couleurs, les enfants de parents immigrants, les personnes issues de la classe ouvrière, etc. Bien qu'elle brise des barrières, elle représente également ce groupe de personnes, qui ont été historiquement exclues du Boys Club, ce qui en soi, n'est pas une simple chose et vient s'ajouter à la lourde tâche qu'est exceller en politique. En d'autres mots, bien que l'ascension de figures comme AOC représente un progrès symbolique, elle met en évidence les limites de l'émancipation individuelle dans un système qui perpétue les inégalités et les rapports de pouvoir. Pour que l'émancipation soit complète et véritable, une transformation systémique plus profonde est nécessaire, ce qui pourrait enfin faire l'objet d'une recherche future, de manière à examiner les impacts des discours de politiciennes progressistes comme AOC sur les institutions sociales et politiques. Cela étant dit, nous nous devons de reconnaître l'impact majeur, sur le plan des représentations, qu'a eu la victoire d'AOC en 2018 et donc de reconnaître l'avancée non négligeable pour les femmes, les personnes de couleur ainsi que les personnes issues de la classe ouvrière.

### 5.3 Des discours d'AOC aux politiciennes progressistes

Pour conclure, nous proposons de rappeler les éléments de réponse ayant été présentés initialement lors de la synthèse des résultats (section 4.4 de ce mémoire) et d'approfondir l'interprétation de ceux-ci en fonction des divers éléments et pistes de réflexion présentés au fil de ce cinquième et dernier chapitre.

Premièrement, les politiciennes progressistes peuvent mobiliser une stratégie de personnalisation, c'est-à-dire, qu'elles peuvent se cadrer, elles-mêmes, comme étant des expertes, des personnes qualifiées à faire de la politique, ce qui est particulièrement nécessaire, notamment en raison du double standard sexiste qui existe en politique, soit ces obstacles et ces critiques auxquels font face les politiciennes, en raison de leur genre, puisqu'elles ne sont pas des hommes, ou de leur ethnicité, si elles ne sont pas blanches. Elles peuvent également se cadrer comme étant des représentantes légitimes du peuple, de leur communauté, de leur circonscription, de leur culture, en mettant de l'avant des éléments culturels ou personnels qui font d'eux de « vrais » membres de ce groupe social. Deuxièmement, elles peuvent mobiliser une stratégie de dichotomisation, ce qui permet de construire une identité d'*outsider*, d'antagoniste au système, mais aussi de s'opposer à diverses valeurs en les délégitimant, entre autres. Cette stratégie, largement mobilisée par AOC et donc probablement par d'autres politiciennes progressistes comme elle, peut être mobilisée pour prendre une position ferme face à des enjeux et se cadrer comme étant la voix du peuple, la vaillante personne qui se bat contre l'Institution. En occupant une telle posture externe, les politiciennes peuvent donc avoir un pied dans la porte de la politique et se battre de l'intérieur, mais aussi, rester près du peuple, de celles et ceux qu'elles défendent et se battent pour. Troisièmement, les politiciennes progressistes peuvent mobiliser une stratégie de ralliement dans leurs discours, ce qui, comme le nom l'indique, vise à susciter de l'adhésion en ralliant, physiquement et émotionnellement, les publics. Dans le discours, cette stratégie se manifeste par des interactions, des marques d'inspiration et par la motivation des publics face aux enjeux, défis et obstacles à affronter pour avoir du « réel » changement, tant à l'échelle sociale, politique, environnementale qu'économique. Quatrièmement, une stratégie de mobilisation d'autorités peut être mise de l'avant, et ce, dans le but d'accumuler les preuves, les exemples, les références et les symboles au sein d'une identité, ce qui, en soi, contribue à susciter de l'adhésion. Les politiciennes progressistes peuvent donc cadrer leurs valeurs, leurs idées et leurs politiques publiques comme venant répondre à une panoplie d'enjeux, de problèmes et donc, comme étant pour le bien commun. En mobilisant des autorités, cela permet aux politiciennes de potentiellement gagner de la crédibilité, mais aussi d'accumuler les références, ce qui à son tour, contribue à ce que plus de personnes s'identifient à ce qui est véhiculé. Cinquièmement, les politiciennes

progressistes peuvent mobiliser une stratégie affective, ce qui contribue à solliciter l'identification dite affective des publics, à favoriser une image positive de soi, et une image négative d'autrui. En faisant des liens avec certaines émotions, en cherchant à avoir certaines réactions et en utilisant des arguments qui mobilisent la subjectivité des participant·es à la situation de communication, les politiciennes progressistes peuvent contribuer à ce que leur message ait un impact plus important chez les publics, ces derniers, poussés à faire des liens avec leur propre vécu, leurs propres expériences et sentiments.

Enfin, en fonction de ce qui a été développé tout au long de la discussion, il est également possible d'admettre que les politiciennes progressistes mobilisent des stratégies qui s'inscrivent dans un registre populiste, qui visent à établir l'authenticité d'une posture « paradoxale », mais nécessaire, qui est à la fois interne, à la fois externe, et qui s'inscrivent dans une logique d'émancipation, malgré les obstacles liés au racisme et au sexisme de l'espace politique des États-Unis. En somme, bien qu'AOC, et donc, bien que les politiciennes progressistes mobilisent plusieurs stratégies discursives, celles-ci s'entrecoupent dans les discours et ne peuvent être isolées. Chacune d'entre elles contribue, à leur manière, à construire les identités individuelles et collectives des politiciennes, qui ne peuvent pas uniquement être définies comme étant des femmes, des personnes de couleur et par leur rôle au sein de la politique, et ce, puisque toutes ces catégories, bien qu'elles *contribuent* à la construction d'une identité, ne sont pas monolithiques, et donc, nécessitent d'être approfondies. Par ailleurs, comme nous l'a indiqué la présentation du climat socio-politique des États-Unis, en fonction de la polarisation et des tensions identitaires, le simple fait de se définir ne contribue pas toujours à susciter de l'adhésion. Bien sûr, certaines personnes pourront s'identifier à une politicienne simplement parce qu'elles se reconnaissent en elle, mais l'adhésion est considérablement favorisée par les stratégies discursives, qui elles, viennent fournir des arguments et des exemples en faveur de ses idées et valeurs (soi) ou en défaveur d'une posture adverse (autrui). C'est donc en combinant diverses de ces stratégies, qui elles, agissent à différentes échelles et pour différents publics, et qui ont un pouvoir de persuasion, que les politiciennes progressistes peuvent construire leurs identités, articuler leurs valeurs et susciter de l'adhésion envers celles-ci.

#### 5.4 Limites de la recherche

Tel que mentionné précédemment, nous ne visions pas à étudier la réception des discours d'AOC, ce qui, en soi, est l'une des principales limites de notre recherche. Face à cette limite, nous avons établi une

méthodologie rigide visant à évaluer la potentielle réception en se basant sur les effets perlocutoires du discours en lien avec la situation de communication des allocutions et le contexte sociohistorique. Le choix de ne pas inclure une analyse de la réception des discours fut entièrement lié aux limitations en termes d'espace, cela étant dit, nous reconnaissons qu'il pourrait être fort intéressant d'évaluer l'impact des stratégies discursives d'AOC tant sur la construction d'une identité collective, que sur son appréciation au sein de l'espace public, que sur la polarisation sociale et politique qui frappe le pays.

Par ailleurs, il convient de souligner, encore une fois, le caractère exceptionnel des discours d'AOC. Cette dernière n'est potentiellement pas représentative d'un mouvement social et politique, qui se veut malgré tout, « *grassroot* », c'est-à-dire, ancrée dans les communautés et soutenus par des donations et des membres majoritairement bénévoles. Il est donc probable que certain·es politicien·es progressistes ne possédant pas les mêmes qualités et aptitudes qu'AOC, n'aient également pas les ressources ou l'équipe pour venir combler ces lacunes. Bien qu'AOC possède les mêmes conditions de travail (équipes de communication, fonctionnaires, etc.) que ses collègues progressistes, n'étant pas une exception à cet égard, elle est cependant avantagée par ses talents, peut-être innés, peut-être acquis, qui lui permettent de communiquer efficacement et donc, d'obtenir une place avantageuse au sein de l'espace politique, médiatique et sociale. Ainsi, il serait fortement pertinent de reproduire les grilles d'analyse sur divers cas, similaires à AOC, de manière à corrélérer et comparer les résultats. Cela permettrait effectivement de répondre, plus adéquatement, à notre QG. Nous pensons notamment à Ilhan Omar, Rashida Tlaib et Ayanna Pressley, soit les trois autres membres fondatrices du *Squad*.

Enfin, notre analyse s'est principalement concentrée sur les éléments verbaux (mots, langage, sens) et paraverbaux (ton, débit, voix) du discours, ce qui a, de ce fait, exclu de l'analyse tous les éléments qui relèvent du non verbal. Ce choix a été effectué, lui aussi, en raison des limitations en termes d'espace, mais dans une future recherche il pourrait effectivement être intéressant d'observer les caractéristiques non verbales du discours, c'est-à-dire, la gestuelle, la mimo-gestuelle, les regards, la posture, l'utilisation de l'espace, la présence sur scène, etc. Par ailleurs, il serait pertinent d'analyser la présentation de soi de politiciennes progressistes en termes de leur habillement, de leur coiffure, de leur maquillage, etc., et ce, en rapport au besoin/désir de se conformer aux normes de l'espace politique. En effet, ces divers éléments d'analyse pourraient apporter une couche supplémentaire à l'analyse, notamment en ce qui a trait à la construction identitaire. Enfin, plusieurs autres dimensions analytiques, autres que les cinq mobilisées, auraient pu être incluses dans notre ACD. Tel que mentionné précédemment, nous avons choisi les

dimensions analytiques à la suite de notre pré-terrain, cependant, même si d'autres dimensions étaient moins fréquentes, cela ne signifie pas nécessairement que celles-ci n'apportent pas un niveau plus riche et profond à notre analyse.

## CONCLUSION

Pour conclure, rappelons quelques éléments importants de notre recherche. Tout d'abord, celle-ci s'inscrit dans un contexte social, politique et communicationnel de crise, de polarisation et de radicalisation des idéaux. Lors de notre introduction et de notre problématique, nous avons dressé un portrait de la communication politique aux États-Unis, plus précisément, selon trois facteurs ayant émergé de la revue de la littérature, soit les facteurs temporels, identitaires et spatiaux. Ceux-ci ont d'ailleurs permis d'identifier cinq principaux obstacles auxquels sont confrontés les acteurs politiques désirant communiquer des idées, mettre de l'avant leurs identités et susciter de l'adhésion envers des politiques publiques et des valeurs progressistes, soit :

- 1) Le détournement des priorités politiques;
- 2) L'omniprésence de l'hostilité dans les discours;
- 3) Les inégalités identitaires persistantes;
- 4) La désacralisation des prises de parole et
- 5) La distanciation, physique et émotionnelle, entre les acteurs politiques et leurs publics.

En effet, les femmes, les personnes de couleurs, bref, toutes personnes ne répondant pas aux critères d'un *Boys Club*, c'est-à-dire, des hommes, blancs, riches et âgés, sont confrontés à ces obstacles et défis lorsqu'ils tentent de faire de la politique ou tout simplement de participer à la vie politique. Toutes ces embuches sont d'ailleurs amplifiées par le contexte social qui nourrit la polarisation affective, et parfois même de l'animosité partisane.

Au regard de ce contexte socio-politique et communicationnel, nous avons, par la suite, circonscrit notre recherche, de manière à comprendre comment – par quels moyens, par quelles stratégies – les discours des politiciennes progressistes aux États-Unis sont susceptibles de favoriser un sentiment d'appartenance envers des identités et des valeurs progressistes. Ancré dans une perspective constructiviste, discursive et critique, notre cadre d'analyse nous a par la suite permis d'examiner la relation entre discours, identités et valeurs, ce qui a finalement débouché sur deux questions spécifiques, soit la QS1 et la QS2 :

- QS1 : considérant que l'identité se construit de deux manières, soit par l'affirmation de soi, soit par les relations établies avec les autres (suivant une logique d'adéquation ou de distinction), quelles sont les stratégies discursives mobilisées par AOC pour construire son identité, tant individuelle que collective ?
- QS2 : quelles sont les principales valeurs mobilisées dans les discours politiques progressistes aux États-Unis et par quelles stratégies discursives ces valeurs sont-elles mises de l'avant ?

Le cas étudié, soit AOC, a été choisi, puisque cette dernière occupe une place de choix au sein du mouvement progressiste. En plus de ces talents d'oratrices, cette dernière est également connue pour les vagues causées par son élection à la Chambre des représentants en 2018, notamment en raison de sa victoire contre le vétéran Joe Crowley, qui lui, était en poste depuis une vingtaine d'années. En raison de la richesse et du nombre important de prises de parole d'AOC, nous avons finalement appliqué trois grilles d'analyse, sur un corpus constitué de 10 discours, tous ayant été prononcés durant le premier terme d'AOC au Congrès des États-Unis (de 2018 à 2021, incluant la campagne électorale menant à son élection). L'ACD effectuée à l'aide du logiciel NVivo a enfin révélé six grandes stratégies discursives mobilisées par AOC, tant pour mettre de l'avant ses identités que ses valeurs. En effet, nous avons identifié que, dans ses discours, AOC mobilise trois principales stratégies, soit les stratégies de personnalisation, de dichotomisation et de ralliement, et ce, pour construire trois principales identités tant individuelles que collectives : l'identité de vraie new-yorkaise, l'identité de représentante du peuple et l'identité d'héritière du progressisme. L'ACD a également fait ressortir huit principales valeurs agissant à titre de principes directeurs au sein de ces identités, soit la justice sociale, le sens de la communauté, la conformité et la tradition (majoritairement réfutée dans les discours), la démocratie, le bien-être et la protection de l'environnement, l'individualisme (uniquement réfutée dans les discours), la moralité et la paix. Notre analyse a également fait ressortir trois principales stratégies discursives mobilisées par AOC pour véhiculer ces huit valeurs principales et diverses autres valeurs plus secondaires, soit la mobilisation d'autorités, la stratégie de dichotomisation et la stratégie affective.

Les stratégies, sous-stratégies et procédés ont d'ailleurs fait ressortir une grande dualité tant dans les discours, que dans les constructions identitaires d'AOC, soit le fait qu'elle soit à la fois exclue et à la fois participante active de la politique. Cette posture *insider/outsider* marque effectivement notre l'analyse, où AOC navigue plusieurs des mêmes obstacles identifiés lors de la revue de littérature, dont les inégalités identitaires, l'animosité partisane et les frustrations à l'égard de la politique. Ce sont par ailleurs ces mêmes obstacles qui l'obligent, en quelque sorte, à devenir une participante, particulièrement habile, au

sein de la politique, notamment en mobilisant des stratégies de dichotomisation. À plusieurs moments, AOC répond aux attaques et critiques du camp opposé, et ce, souvent de manière préventive, c'est-à-dire, en appréhendant et en réfutant les opinions adverses. Cette dualité influence obligatoirement le climat socio-politique des États-Unis, où AOC est confrontée à un désir de progrès et parallèlement, à une réticence de la part de l'institution politique et de ses membres, qui perpétuent des pratiques s'inscrivant dans un respect du statu quo. Cependant, toutes les stratégies mobilisées par AOC contribuent, d'une manière ou d'une autre, à susciter de l'adhésion envers ses identités, ses idées et ses valeurs. D'une part, la posture d'*outsider* adoptée par AOC lui permet de se positionner en faux contre l'institution politique, et donc, d'incarner une posture d'antagoniste, ce qui vient potentiellement chercher celles et ceux qui ne s'identifient pas à la politique et qui vivent des frustrations envers l'inaction et les valeurs plus conservatrices priorisées par plusieurs politicien·nes des deux côtés de l'allée. Puis, d'autre part, la posture d'*insider* permet à AOC de mettre l'accent sur des éléments positifs, de manière à écarter les frustrations pour plutôt valoriser un sentiment de communauté, à rassembler les gens, à établir des liens de causalité entre elle et ses publics, et ce, dans un esprit de collectivité, de solidarité. En somme, l'ACD a révélé diverses stratégies, chacune visant à solliciter l'identification affective des publics, dont tant sur la base d'émotions positives (entraide, reconnaissance, etc.) que sur la base d'émotions plus négatives (frustrations, perte de confiance envers les élites, etc.).

**ANNEXE A**  
**TRANSCRIPTION DES DISCOURS**

***Discours 1***

1 Women like me aren't supposed to run for office. I wasn't born to a wealthy or powerful family. Mother  
2 from Puerto Rico, dad from the South Bronx. I was born in a place where your zip code determines your  
3 destiny. My name is Alexandria Ocasio-Cortez. I'm an educator and organizer, a working-class New Yorker.  
4 I've worked with expectant mothers, I've waited tables and led classrooms, and going into politics wasn't  
5 in the plan. But after 20 years of the same representation, we have to ask, who has New York been changing  
6 for? Every day gets harder for working families like mine to get by. The rent gets higher, healthcare covers  
7 less, and our income stays the same. It's clear that these changes haven't been for us, and we deserve a  
8 champion. It's time to fight for a New York that working families can afford. That's why I'm running for  
9 Congress. This race is about people versus money. We've got people, they've got money. It's time we  
10 acknowledge that not all Democrats are the same. That a Democrat who takes corporate money, profits  
11 off foreclosure, doesn't live here, > doesn't send his kids to our schools, doesn't drink our water, or breathe  
12 our air, cannot possibly represent us <. What the Bronx and Queens needs is Medicare for all, tuition-free  
13 public college, a federal jobs guarantee and criminal justice reform, we can do it now. It doesn't take 100  
14 years to do this, it takes political courage. A New York for the many is possible. (2 sec.) It's time for one of  
15 us. Vote for Alexandria Ocasio Cortez on June 26th.

***Discours 2***

1 [ HELLO:, THANK YOU NEW YORK CITY:!! (3 sec) THANK YOU ALL:!  
2 ARE YOU ALL READY TO MAKE A RUCKUS: ? ((cris d'approbation de la foule))  
3 ARE YOU ALL READY TO FIGHT FOR OUR RIGHTS: ? ((cris d'approbation de la foule)) ARE YOU ALL READY  
4 TO SAY THAT IN THE UNITED STATES OF AMERICA EVERYONE IS LOVED, EVERYONE DESERVES JUSTICE AND  
5 EVERYONE DESERVES EQUAL PROTECTION AND PROSPERITY IN, OUR, COUNTRY ? (2 sec)  
6 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
7 It is such an honor to be here and I don't think it's a coincidence that we're gathering here today the  
8 weekend before Martin Luther King Day. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Because I believe  
9 that this moment and where we are right now is a resurgence from where the civil rights movement left  
10 off:. (1 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And we are here to carry the torch forward, because  
11 when we talked about racial and economic justice, racial and social justice, we started to a- to really extend  
12 those issues to the issues of economic justice, environmental justice and [ the intersectionality and  
13 interconnectedness of all our fights. (2 sec)  
14 [ ((Applaudissements et  
15 cris de la foule))  
16 Justice is not a concept we read about in the book. Justice is about the water we drink. Justice is about the  
17 [ air we breathe. Justice is about- is about how easy it is to vote.  
18 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
19 Justice is about how much ladies get paid:. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Justice is about  
20 if we can stay with our children after we have them for a just amount of time, mothers, fathers and all  
21 parents. (1 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Justice is about making sure that being polite is not  
22 the same thing as being quiet:. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) In fact, oftentimes the most

23 righteous thing you can do is shake, the table:. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Last year we  
 24 took the power to the polls and this year we're taking power to the policy because we have taken back the  
 25 House of [ Representatives. (3 sec)  
 26 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
 27 And that's just, step, one. This year we are gonna organize:, this year we're gonna fight for voting rights,  
 28 this year we're going to keep pushing because 2020 we took in the- in 2018 we took the House of  
 29 Representatives and through 2020 we're going to take the White House and the Senate too:. (3 sec)  
 30 ((Applaudissements et cris de la foule)) That's what we're gonna do, because we need to advance and fight  
 31 for an America where ALL people are welcome, and no people are left behind:. (2 sec) ((Applaudissements  
 32 et cris de la foule)) And I know, that while this year has been historic, there's a lot more Congresswoman  
 33 left here, in this audience right now. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) There's a lot more City  
 34 Council women, there's a lot more, workers that will be building a- a businesses, there's a lot more, there's  
 35 an- and I know that there's a future president out here too. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule))  
 36 Let us remember that a fight means no person left behind. So when people want to stop talking about the  
 37 issues that black women face, when people want to stop talking about the issues that trans women or  
 38 immigrant women face, we're going to ask them « why does that make YOU so uncomfortable: » ? (2 sec)  
 39 ((Applaudissements et cris de la foule)) Because now, this is the time we're going to address poverty, this  
 40 is the time we're going to address Flint, this is the time we're going to talk about Baltimore and the Bronx,  
 41 and wildfires, and Puerto Rico: ! (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Because this is not just  
 42 about identity, this is about justice, and this is about the America that we are going to bring into this world.  
 43 [ Thank you all very, very much. (1 sec) I'm so proud of you all.  
 44 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

### **Discours 3**

1 [...] [ Thank you. (3 sec) Thank you. (2 sec) Thank you: ! Thank you everyone ! Thank you:. (1 sec) Thank  
 2 you. Um. (2 sec) What a moment. ((AOC rit))  
 3 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
 4 Thank you everyone so, so much for- for being here today for joining us today. Um. I want to begin by  
 5 offering my thanks to everyone here, both physically and in spirit. Thank you to all of our elected officials  
 6 that were here today to offer their kind words and their presence. I- I can't, I cannot thank you all enough.  
 7 Thank you to our local community leaders and organizers, (some) Alice Lopez and Aisha Gomez for their  
 8 remarks, and for their continued work and leadership in the community. Thank you to our ASL interpreters  
 9 who are expanding the access. (1 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Here. ((AOC rit)) To make  
 10 sure that all people, regardless of ability, can- can enjoy this moment. Thank you to our color guard from  
 11 our Junior Explorers- Explorers program. Thank you to our Star-Spangled Banner singer Luis Ocasio  
 12 Gonzalez. No relation, but. ((rires de la foule)) It's a good year for Ocasios. ((AOC rit)) And our spoken word  
 13 artist, Alicia Martinez of this very high school, the Renaissance School of Musical Theater and Technology.  
 14 (1 sec) Thank you to my family, to my cousins who taught me to treat everyone like a prima or primo. To  
 15 my mother, who cleaned houses to give me every opportunity I ever had. To and- she- and- who taught me  
 16 to always be proud of who we are and where we come from no matter what. I want to thank my father,  
 17 whose memory taught me how to have tough skin while maintaining a sense of humor and a love of  
 18 neighbor. Lastly, I want to thank each and every single one of you. Thank you for being here, for choosing  
 19 to gather in community today, and for showing up. Because tha:t is the single most important factor in  
 20 creating and improving community, choosing to show up for each other. So thank you all very much. (4 sec)  
 21 ((Applaudissements et cris de la foule)) Gracias a todos por venir aquí hoy. Gracias a por- por- ser presente  
 22 y quiero agradecer a cada uno de ustedes. Gracias por estar aquí, por elegir estar hoy con- con la

23 comunidad y por hacerse presentes, porque ese es el factor más importante para crear y mejorar a nuestra  
24 comunidad. El elegir estar presente el uno para el otro, gracias. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la  
25 foule)) Wow ! We've had quite a first six weeks. ((AOC rit)) It would have been earlier, but the government  
26 was shut down for a month. ((Rires de la foule)) We entered and we were sworn in to- to a government  
27 shutdown. We had to navigate a situation, a hostage situation where Republicans took every federal  
28 workers paycheck hostage, in order to build an unpopular wall that the majority of the American people  
29 don't want. But we ended it. And we got through it. And we defeated it. But I want to make clear that while  
30 us as elected officials negotiated a great deal during that time, it wasn't us who ended the government  
31 shutdown. It was you. (3 sec) ((Applaudissements de la foule)) It was Bronx and Queens residents, like Mr.  
32 Obed of Morris Park, a JFK air traffic controller and a Yemeni immigrant who called me after the- after- on  
33 the same week that the second paycheck was about to be missed by federal workers. And he told me his  
34 story. I spoke with Mr. Obed. For about 30 minutes on the phone. And I was able to translate his story into  
35 a speech on the House floor. Because in a time when the government was shut down, they were trying to  
36 pit federal workers against immigrants. They were trying to hold a paycheck hostage to get people to  
37 approve a wall that they knew was wrong. But the thing about New York City, is that our federal workers  
38 know that we cannot be separated. And Mr. Obed was a perfect example, because he was a federal worker,  
39 that was also an immigrant. We know that these issues, economic, social and racial cannot be separated  
40 apart, to split us, apart. We have to reject those binary choices outright. And when we told that story on  
41 the floor of Congress, it very quickly became the most viewed video on C-SPAN by a House member of all  
42 time. (4 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) That moment and that gesture was just one puzzle  
43 piece of the increasing public pressure that made the shutdown untenable, but every single step of that  
44 belonged to everyday people. The Green New Deal, that we introduced 2 weeks ago. ((Applaudissements  
45 et cris de la foule)) Which was [ an amazing step forward. (3 sec) ((Applaudissements de la foule))

[ ((AOC rit))

47 When we first were engineering it before it was introduced, they were saying « she's divisive », « she's too  
48 confrontational ». « No one will sign on to a single piece of legislation that she introduced ». And then the  
49 first day, we were able to introduce the resolution in both chambers, co-sponsored by every presidential  
50 candidate a- and every Democratic presidential candidate [ and 65, House, members. (4 sec)  
51 ((Applaudissements et cris de la foule))

[ ((Rires de la foule))

53 And I'd also like to thank my colleague Adriano Espaillat, Congressman Espaillat from the Heights here !  
54 Um. Who was one of our early co-sponsors as well. Now that number has climbed to 84 co-sponsors in the  
55 House. In just one week. That is what the power of the people looks like, because the Green New Deal is  
56 not my legislation. The Green New Deal is the legislation of indigenous communities in the United States.  
57 The Green New Deal is the legislation of the residents of Flint. The Green New Deal belongs to the people  
58 of Puerto Rico. [ The Green New Deal, belongs to the coal miners in West

[ ((Applaudissements de la foule))

60 Virginia it belongs to the > victims of wildfires in California, and when we center our communities and allow  
61 them to lead, anything is possible. < (1 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Anything is possible. (3  
62 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Last week we actually had the passing of the longest serving  
63 member of the House in American history, John Dingell. Representative John Dingell, came of age and saw  
64 FDR sign critical elements of the New Deal into law. He served for decades in the House, and he had passed  
65 away last week, and the House chaplain was presiding over his funeral. And one of the things that he said  
66 that I thought was very important was that something that Mister Dingell understood, something that I  
67 think many progressives understand that those that operate in the legacy of- of the New Deal, of New Deal  
68 Democrats, but also progressive activists and frontline activists alike, is that we do not have power as  
69 elected officials. We hold power, as elected officials. We steward power for others and for our community,  
70 but that power does not belong to us. That power is created by: our communities, and that's what allows

71 things to be influential in the first place. And so I wanna thank each and every one of you again for being  
72 here and- and taking up that presence. Because what I'm going to ask you today is to continue to build  
73 power. To continue to build power here at home. Because as we've seen, when we stand up, and say that  
74 dignity for immigrants, a living wage, an economic and ecological future is not fo- up for negotiation, and  
75 we will not take no for an answer for dignity for working people in the United States of America ! (2 sec)  
76 ((Applaudissements et cris de la foule)) And that when it comes- that when it comes to our right to  
77 healthcare, our right to migrate, our right to live > our right to be paid a dignified wage, we will not take  
78 [ no for an answer. We will not take no for an answer. < (2 sec)  
79 [ ((Applaudissements de la foule))  
80 But the only way that we can get that done, is with the wind at our backs with the power generated by  
81 community. So, I want to ask you for three things today. And the first thing that I'm going to ask you for is  
82 to be brave. I want you to be brave with us. Because the only way that we can continue to push the issues  
83 forward is if we're unafraid to speak truth to power and to stick to our guns. Because what is right is not  
84 always what is popular, and what is popular is not always, what is right. (3 sec) ((Applaudissements de la  
85 foule)) When we stand up for the rights of people of color they will say « why are you being divisive ? »  
86 When we stand up for the rights of immigrants they'll say « what about us ? », and what we are here to do  
87 is reject the zero sum mentality that another person's gain must necessitate another's loss. (2 sec)  
88 [ We reject that world. (1 sec) We reject that world,  
89 [ ((Applaudissements de la foule))  
90 > we reject that form of economics, we reject that form of politics. < (2 sec) ((Applaudissements et cris de  
91 la foule)) We- we do not have to reject economic growth for social dignity and vice versa, we can have  
92 both. We can have both. And so I want you to be brave with us, because that courage, even though what  
93 is right is not always what is popular and vice versa, when we have the courage to stand and advocate for  
94 our values, we can make the right thing the popular thing. We can. (3 sec) ((Applaudissements de la foule))  
95 But it can't just be me, and it can't just be up to any one of us. We have to do that as a community. The  
96 second thing that I want- that I'm going to ask is to work alongside us. Not work necessarily- not just work  
97 with us, but to work along:gside us. I'm gonna ask you today to consider doing things like joining your PTA,  
98 or to maybe show up to your Community Board meeting for the first time, or to lead a Girl Scout troop.  
99 ((Applaudissements et cris de la foule)) YEAH:: ! ((AOC rit)) (1 sec) I am a former Girl Scout so I have to  
100 [ do the plug. Cookie season guys ! Um. (1 sec)  
101 [ ((rires de la foule))  
102 I want to ask you to engage in your community. You know, so often here in New York City, we can go years  
103 living on our floor and never knock on our neighbors door. And I'm asking you to knock on your neighbor's  
104 door. I'm asking you to check in on each other, to talk to people that you've never talked to before. In fact  
105 ! Let's take a moment and I want you to turn around and shake the hand of everyone around you. (1 sec)  
106 [ And greet them. I should have at the beginning. Sorry guys. (15 sec) ((AOC rit))  
107 [ ((Voix de la foule))  
108 And just like that: ! We can create community. It really just takes that invitation to do that. It really takes  
109 that pause to get to know and really see the faces of the people around us. It's so easy, you know, the  
110 culture of our city to just, you know, head down, walk to the subway, go to work, do your thing and come  
111 back. But when we actually take the moment to look up and look at the people around us to see that  
112 they're, you know, if you do it enough, the faces on the subway start to become familiar, then it allows us  
113 to fight for each other. So I'm asking you to work alongside us in, creating that community. Because the  
114 more we create that community here in the Bronx and the more that we do it in Queens, the more powerful  
115 we become, the more capable of change we are. And we did see that this week. We did see that this week.  
116 Because when we do that and when we fight for ourselves and we say it's not just about any job, we need  
117 to have a dignified job. We need to create dig:nified jobs in New York City, jobs that pay well, jobs  
118 [ that contribute to community ! Jobs that are part of a moral economy ! (3 sec)

119 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
120 We do not have to settle for scraps in the greatest city in the world. (2 sec) ((Applaudissements et cris de  
121 la foule)) We do not. We deserve more and we can ask for more. And if people don't want to negotiate,  
122 that's their problem, not ours. (4 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And the last thing I want to  
123 ask for today is to have a relationship with us, with our office. Now I want to recognize all of the folks from  
124 our office that are here today with our- starting with our district Director, if you could stand up,  
125 [ Maribe:l, (Shoika:), Noree:n, Dan:, Claudia:, stay standing if you guys can ! Claudia:, Clarissa:. They're not  
126 here at- ah Randy! Randy. Ah they're not here right now, but oh- Dan:, Dan's here. Sorry. I'm like- I'm like,  
127 looking.  
128 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
129 Anika. Oh- Anika. Ah- the- they may not be here right now, but Ariel, and a- Ariel (Atblad), Kingsley, [ Corbin!  
130 [ ((Quelqu'un dans la foule cri « Corbin! »))  
131 These- this is your team. These are your public servants. And I want you to know their faces. I want you to  
132 see them, because when you call our office on the phone, this is who is going to pick up. And a- and this is  
133 who's going to be working for you in addition to me. So give them a big round of applause. [ (2 sec) Thank  
134 you guys. (5 sec)  
135 [   
136 ((Applaudissements et cris de la foule))  
137 Because we're all in this together and so I- what I want to ask you all today is to have a relationship with  
138 us. Because you know- eh- things happen in the news, this, that and the other, if you ever ask « why is she  
139 doing that ? », pick up the phone. ((Rires de la foule)) And call us. And ask. Because our job is to prioritize  
140 our constituents and our community first. We get like 3000 voicemails every weekend, > but most of those  
141 are not people from the Bronx, so! < ((AOC rit)) ((Rires de la foule)) So I understand and I wanna ask you to  
142 have a relationship with us because the only way that we can continue to navigate and advocate for the  
143 community is when the community tells us how they feel. So, you know, don't make it a big to do. Don't  
144 get nervous. Know that the people who are going to pick up, our job is to listen and our job is to advocate  
145 and to connect. So invite us to your local events. Invite us to your block. Invite us to your PTA. Invite us !  
146 And we will invite you. And so- I just want to let you all know that- that we do have that plan charted out.  
147 We're going to be committing to having a town hall every month as long as it's logistically possible. (4 sec)  
148 ((Applaudissements et cris de la foule)) And we want to create, that culture of engagement again. You  
149 know- you- we're going to be setting up two district offices, one in Queens and one in the Bronx.  
150 [ And I'm really excited for this. (1 sec)  
151 [ ((Applaudissements de la foule))  
152 And I want to thank the community for their patience and that as well, because what we decided to do  
153 was instead of simply continuing in the older spaces, we're going to create two brand new community  
154 spaces, for each borough. (1 sec) [ And so. (1 sec) Um.  
155 [ ((Applaudissements de la foule))  
156 So- Noreen and Maribel have been really taking the lead on that, I thank them both, and that's what our  
157 mural contest is for, so if you have any- anyone, whether the- younger or older, whomever of artistic talent,  
158 uh- you know, we're inviting them, we're inviting you all to kind of bless these spaces with your art, and so,  
159 um- thank you all again so much. Create that community. Be brave alongside us. Be unafraid to advocate  
160 for- for issues that perhaps may be controversial today, but 30 years from now, your children and your  
161 grandchildren are going to be thankful that you stood up for what was right. So thank you all again so much  
162 and I'm so looking forward to the next two years that we have together. Thank you. ((Applaudissements et  
163 cris de la foule)) (3 sec) ((Aoc rit)) (2 sec) (Thank you. Thank you) ((Foule crie « AOC! AOC! » pour 13  
164 secondes)) [...]

#### Discours 4

1 [...] [ (Gosh). Hi everyone: ! Hey: ! Oh my goodness ! Hey everyone ! Um. Eh- thank you. Thank you all so  
2 much. Thank you for this incredible, welcome ! Oh my goodness. It really. Thank you. (1 sec) It feels so  
3 good to be home.

4 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

5 It feels so good every single time. And when we're- you know- going between DC and coming back to New  
6 York, it- coming back here always feels like coming back in that, desert and you're going back to the Oasis  
7 and you're taking that drink of water and then you're going back out to- to fight and- and making sure that  
8 we're getting the right things passed and the right issues advanced in this country. I'm- I'm so happy to be  
9 here, I'm so thankful to be here, I'm so thankful to be in your presence, everyone here's presence today  
10 because, this right here, the people that are organized in this room, each and every single one of you  
11 individually organized and put together, is what is going to change the United States of America. And um,  
12 that is just one of the main things that I want to share with each and everyone of you all today is that this  
13 is not about one person getting one seat in DC. This is about each and every single one of us participating  
14 in a movement, however we are called, to change this country. And- a- in some ways, you know, people  
15 say that we're trying to change our country into this radical new direction, but in some ways I feel like,  
16 we're just trying to come back home. That we're just trying to reassert and renew the values of justice,  
17 freedom, liberty, human dignity, humanity and looking after one another. Because one of the big things  
18 that we talked about is that in this moment, and I think it's no secret that a lot of us feel that we have  
19 strayed, from those values as a government, as an administration, and sometimes just as a culture. And  
20 so- so a lot of- of what this means to me is hope. And a lot of what this means to me is um the idea that  
21 we can actually be engaged and excited, not just about politics, > but about policy, about culture, about  
22 the conversations that we're having. < That right there, this right here, this is the work, and this has  
23 changed. And um, I'm just really excited. I'm really excited about it. I'm feeling really good about it. (3 sec)  
24 ((Applaudissements et cris de la foule)) Um. And I always wanna- kind of, eh- I always want- I always revisit  
25 this story because just a year ago, I have to like always remind people because it seems that when we're  
26 on TV or when you're doing this, you're doing that or it's like, eh, you know, a couple weeks ago, um, being  
27 on the cover of Time magazine, [ it's like really surreal. (2 sec) It's really surreal.

28 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

29 And it feels awkward and uncomfortable for me to even say that:, like, eh, that cover came out and it felt  
30 like when you go to Disney and they do the fake ones, you know, ((rires de la foule)) that's really what it  
31 felt like to me. It feels, um you know, if anyone here has heard of the term imposter syndrome, has anyone  
32 heard of ?- raise your hand if you've heard of imposter syndrome. Yeah, that's like my life. [ You know and  
33 it's hard to

34 [ ((rires de la  
35 foule))

36 believe and um, and it- it really is what I feel so often every day, it's like, I don't belong he:re, this magazine  
37 cover is fa:ke, I don't know why these people are following me arou:nd. ((AOC rit)) I'm not that importa:nt.  
38 And I think it's important to share that because even, um, even in what feels like a totally surreal moment  
39 and what can look like success doesn't always feel like success. It- eh- it feels just like insanity ((AOC rit))  
40 and um, and I remember 10: years ago, a little over 10 years ago, when my college graduation was- was  
41 coming up- is anyone here a senior ? [ There you go, congratulations !

42 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

43 Anyone here first in their family on one or both sides to go to college ? [ That's what I'm talking about.

44 [ ((Applaudissements et cris de la  
45 foule))

46 When I say that the change in this country is real, that is exactly the kind of thing that [ I'm talking about.

47 That's what I'm talking about. (2 sec)  
48 [ ((Applaudissements  
49 et cris de la foule))  
50 I'm talking about an entire generation that is changing and creating history in their own family line by being  
51 the first to go to college, or being the first to start a business, or being the first to express themselves  
52 creatively in a bold and courageous way. And so a year ago I was working in Union Square. I was bartending.  
53 And um, and 10 years ago I was a senior about to graduate college, wasn't quite sure about my future, I  
54 knew that I wanted to dedicate my life to community, I knew that I wanted to dedicate my life um in- in  
55 that immediate term to children and to education and to organizing. And I remember that I applied, there  
56 was kind of like this contest to be your commencement speaker. And I wrote a speech, and I sent it in,  
57 someone had encouraged me and I didn't get it. And eh- and I remember it was like very, um, it was like  
58 very heat- the competition was very heated and at the very end it was like me and maybe two other people.  
59 It was like 3 finalists. And eh, and a lot like people really excited and all of these things, and I didn't get it  
60 and I didn't get it and I was sitting there and you know the- the winning speech was about supporting our  
61 institutions and the winning speech was about, um, really like praising the way we have been doing things.  
62 And my Speech was like the total opposite. ((rires de la foule)) And I was like, I think I know why I wasn't  
63 picked. ((rires de la foule)) And um. And ten years later, my alma mater ask- eh- is like, you know, talking  
64 about, eh, coming back to graduation, it's not necessarily for- for delivering a huge commencement speech  
65 or whatever, but it's like, it's- it's funny how these things come full circle because the short term feels like  
66 failure. For a very long period of time, and even while I was running, just a year ago, I was bartending. I  
67 was going out into my community. The very first canvas that I did, was out of a Trader Joe's bag. And eh,  
68 and I had a clipboard and some friends and- and some folks that organized that I had worked with had just  
69 kind of mocked up a- a palm card, with my face and my name on it, and we started canvassing like a year  
70 before the primary election and we had no idea what we were doing. We had no idea. But we're like this- >  
71 we're gonna, we're gonna try this <, we're going to do this. And as each stage went forward, we learned  
72 about it as the step came. And it was the complete opposite of how I was taught that we need to do things  
73 as- it was the complete opposite of how I was taught, how you pursue success or how you pursue any big  
74 project, you know the way that I felt we had to do things was to make sure you knew all the steps in  
75 advance. Like what are you going to do ? How are you going to do it ? How are you going to pay for it ? >  
76 How are you going to do all this ? How are you going to do that ? < And if you don't know, every single  
77 step before you start, then don't start. That was kind of the model of how I was taught to do things. And,  
78 after trying to do things that way for so long and feeling discouraged for so long, I had just kind of tossed  
79 up my hands and said we don't have time to wait, right now, with where we are as a country, we won't  
80 have time to wait for someone to descend from the heavens and give us the entire blueprint that scoped  
81 out from step zero to step a hundred. We just need to start. And we'll figure it out on the way. And we'll  
82 find our mistakes and we'll correct them and we'll iterate on them and we'll do them better next time. But  
83 that is what evolution actually looks like. And you just take that as far as you possibly can. And um, and  
84 that real success is not about it's- it's not about not making a mistake, but it's about acknowledging your  
85 mistakes, not doubling down on them and correcting them. And transitioning out of them. And so that's  
86 what we did. And so my first canvas, which Doctor Kang was a part of, she brought her sons, and a lot of  
87 other people in the community came out and um, and for months I just took this Trader Joe's bag- It was  
88 like a grocery bag for like the first six months. And then I graduated to a little like carrito, [ that like, people,  
89 ((AOC rit)) you know, like you're going, to the laundromat or something.  
90 [ ((Rires de la  
91 foule))  
92 Um, so I went from the Trader Joe's bag to the carrito and then eventually we'd like, rent like a car to go  
93 or as a car or whatever we're going you know across the boroughs and things like that and um, and I- I- I  
94 think it's just important to revisit those stories because, ((AOC inspire et expire)) you know, it's eh, like

95 Beyoncé came out with her documentary last night, right ? And eh. ((Cris de la foule)) ((AOC rit)) And I'm  
96 still itching to watch it, but I did see one clip where- where one of the things that she talks about is that  
97 like no one sees what that dirty work looks like, no one sees what that sacrifice looks like. And 99% of it,  
98 it's- is that. 99% of it feels like, I don't know if this is working, 99% of it feels like you're tired, 99% of it feels  
99 like discouragement sometimes. But I, I always kind of go back and think about this- this other quote from  
100 former President Theodore Roosevelt where he talks about « the man in the arena » and that « it is not  
101 the critic who counts, it's not the person who's sitting in the audience pointing at the mistakes that you're  
102 making, it is the person in the arena whose face is marred with dirt and sweat and blood who decides to  
103 valiantly try again and again ». And I think that there is no stronger ethos from our communities, when  
104 we're first generation, when we're women, when we're people of color, when we're immigrants, that it's-  
105 it's not about executing because we've been groomed from the time we were born about the right way to  
106 do everything. It's that we are just relentless. And we learned that from our parents, and we learned that  
107 from our families, and we learned that from so many different people, you know, I grew up with a- with  
108 family, some were- some of whom were- you know they're on both sides of that blue line. I have family  
109 that served in a- in the NYPD, I have family that were detectives, I have family that were caught in a criminal  
110 justice system. But all of- all of that is part of our entire city story, entire- our entire family story. And you  
111 learn what that resilience looks like, whether it's being the first in your family to do something or whether  
112 it's getting up and rehabilitating yourself after you've been locked up in a system. All of that is what  
113 persistence and resilience and the commitment to self improvement looks like, and um, and i'm just  
114 excited to kind of sit down and- and pursue this conversation with you all, but that grounding ethos is the  
115 core behind all of the policies that we advance, because we are in very critical time, I think as a society and  
116 as a country. Forget the negative parts, you know, ((AOC rit nerveusement)) forget this like- forget the  
117 Muller repo:rt, forget all of tha:t. That is a critical tipping point, absolutely. But here I want to talk a little  
118 bit about our positive tipping points. Because one is that I think- that one of the things that we're reckoning  
119 with right now is that with the evolution of technology, and with the eh, with- with the evolution in our  
120 systems and our elevation and our collective consciousness as a culture, is that we are realizing that we  
121 are kind of grow- outgrowing a 0 sum society. Um, because of the amount of technology that we have,  
122 because of the way that we're doing things, what happens when some things are not scarce anymore ?  
123 What happens when we actually do have the technological capacities to feed every single person in the  
124 world ? And I think these are the challenging questions that we are dealing with right now as a society,  
125 because we do have the capacity to clothe every child and feed every hungry person, but we do not have  
126 the systems and the distribution of resource that is prepared for that advancement in our technology. I  
127 think those are some of the core questions that we have, and especially we have conversations about  
128 immigration and people say, well, « how are we going to fit all of these people ? » « We don't have », like-  
129 « what is going to happened- » it's this idea that there is not enough. When we aren't matching that to the  
130 reality that there's a labor shortage in this country. There aren't enough people to fill jobs in critical  
131 industries, whether it's high skill, whether it's meatpacking, whether it's construction, whether it's new  
132 technology, there are vacancies and um, and but we're so tied to this idea of 0 sum, we're so tied to this  
133 idea that there is not enough, but due to our evolution as a society, we're- in- in certain specific areas that  
134 we are starting to depart from that reality. And so those are the questions that I think we're going to have  
135 to wrestle with, those are the questions that we're going to have to answer for our generation and  
136 generations to come. And that at its core is why we believe that we need to evolve our idea of what human  
137 rights look like. That is why I believe Healthcare is a right. Education is a right. That we have access to clean  
138 water is a right. That um, that these are part of a second economic Bill of Rights. And that is not an idea  
139 that I came up with. That is an idea that was established by the president of the United States in the 1940s  
140 with President Franklin Delano Roosevelt. Franklin Delano Roosevelt presented the Second Economic Bill  
141 of Rights, which include a right to job, a right to dignified retirement, a right to healthcare, and these were  
142 things that we started to recognize were possible, 80 years ago. And so really what I think we're charged

143 with doing is challenging the limitations of our past thinking and realize and try to advance, what a good  
144 and just, and innovative America looks like for the 21st and 22nd centuries. So I just kind of want to leave  
145 you with that and I'm excited for us to come out and have this conversation. So thank you all very, very  
146 much. ((Applaudissements et cris de la foule)). [...]

### **Discours 5**

1 [ (HOWARD) ARE YOU READY ? (MECCA) ARE YOU READY ? ARE WE READY TO TAKE BACK OUR FUTURE  
2 AND TAKE BACK OUR LIVE:S ? BECAUSE THAT IS WHAT THIS FIGHT IS A:LL ABOU:T ! THANK YOU FOR  
3 SHOWING UP !  
4 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
5 THANK YOU FOR FIGHTING FOR OUR LIVES, AND THANK YOU FOR FIGHTING FOR THE GENERATIONS TO  
6 COME, BECAUSE WE ARE NOT GOING TO GIVE UP ! ((applaudissements et cris de la foule)) WE ARE NOT  
7 GONNA GIVE UP, ON THE FIGHT TO DECARBONIZE OUR ECONOMY, TO MAKE SURE THAT WE LIVE A  
8 SUSTAINABLE AND JUST AND PROVIDE AND- AND HAVE A LIFE AND AN ENVIRONMENT THAT PROVIDES  
9 FOR A:LL PEOPLE, NOT JUST THE PRIVILEGED FEW. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) They  
10 gave me two microphones, I'm not sure why, ((AOC rit)) probably cause I'm walking around so much ! Um,  
11 I want to thank you all so much for joining us today because this is truly a call to organize. And I'm gonna-  
12 I'm gonna transition here. If this work. ((AOC change de micro)) ((AOC rit)) Um, I want to thank you all  
13 again so much for showing up because once again this is a call to organize. This is the call to reorganize  
14 and to make sure that we are fighting for a just economy, for a just society, a just environment and a just  
15 future for the United States of America and the world. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) It  
16 was reported today, that this weekend, for the first time in human history. We have reached atmospheric  
17 levels of carbon at 415 parts per million. This has never been seen in recorded human history. In fact,  
18 meteorologist Eric Holthaus and journalist said, simply about this measurement and development « we:  
19 do not know a planet like this ». The last time our planet hit 415 was in the Pliocene period. Oceans were  
20 90 feet higher, bacteria and diseases we have never seen before roamed the Earth, humans did not exist.  
21 We have never see:n a planet like this ! And a planet like this is exactly what we are going to get, and it is  
22 exactly what we are going to inherit from previous generations IF we do not act positively now. (3 sec)  
23 ((Applaudissements et cris de la foule)) That is the simple truth. So often, you know when folks, particularly  
24 conservatives on both sides of the aisle. ((Rires de la foule)) Say. (5 sec) ((Applaudissements, rires et cris  
25 de la foule)) ((AOC rit)) When they say that, calling for a Green New Deal is, quote « too much », or « too  
26 extreme », or « too radical ». ((Quelqu'un dans la foule cri « No middle ground »)) No middle ground is  
27 right ! ((Applaudissements de la foule)) Because I'm always curious, but I'm always curious when they say  
28 that, oh, it's too much. What do they actually mean by that ? Is 100% clean and renewable energy too  
29 much ? ((Foule crie « No ! »)) Is fighting for dignified jobs that pay people enough to live too much ? ((Foule  
30 crie « No ! »)) Is proposing a solution on the scale of the climate crisis to solve it too much? ((Foule crie «  
31 No ! »)) No. But let me tell you what's too much for me. Here's what's too much for me. What's too much  
32 for me, is politicians looking and allowing babies, blood to get poisoned in Flint, for corporate [ profits,  
33 that is what is too much for me. What's too much for me?  
34 [   
35 ((Applaudissements de la foule))  
36 What's too much for me is coal barons coming up to Washington DC demanding bailout, after tax break,  
37 after bailout for themselves and then not even paying their own miners' pensions and put their own miners'  
38 healthcare. That is what is too much for me ! [ That is too much for me ! (2 sec)  
39 [ ((Applaudissements et cris de foule))

40 WHAT IS TOO MUCH FOR ME ? Is the fact that Exxon Mobile knew exactly that climate change was real  
41 and manmade as far back as 1970 and instead of being part of the solution, they paid millions of dollars to  
42 lobby and lie and confuse the American public > about it, endangering generations to come, THAT is too  
43 much for me ! < (3 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) What IS TOO MUCH FOR ME ? Is the fact that  
44 in 1989 the year that I was born, the year that I: was born, the year that many of us were born, and- and  
45 in years after and right before. That politicians were first informed by NASA, that Congress was first  
46 notified by NASA that climate change was going to threaten my life and everyone here's life to come, and  
47 they did nothing. That is too much, for me ! (2 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) And I, and I will  
48 be damned, if the same politicians who refused to act then are going to try to come back today and say  
49 we need a middle of the- a- a middle of the road approach to save our lives, that is too much for me ! (5  
50 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) We. Cannot. We cannot, and we will not accept anything less  
51 than a solution to save ourselves ! And that's exactly what this. (4 sec) ((Applaudissements et cris de foule))  
52 You know when we talk about the path forward, I wish that as a leader, I could give you comfort about our  
53 future, I wish that as a public servant, I can come here and tell you that everything's going to be alright.  
54 But I can't tell you that, today. Because I'm not interested in lying to you. But frankly, there is no reason  
55 for us to be comfortable right now. We are at 415. 415. There is no reason for us to be comfortable. And  
56 I'm not here to guarantee to you that everything will be OK. But what I am here to say is that We. Must.  
57 Try. We must try. (3 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) I am not here to tell you, I am not here to  
58 tell you that all Democrats are good and all Republicans are bad, and that if you simply elect someone with  
59 a D next to our- their name, that our problems will be solved. [ (1 sec) I'm not here to tell you that either.  
60 (2 sec)

61 [ ((Applaudissements et cris de foule))

62 Because I've been in that chamber. I've been told by- from people on both sides of the aisle that we need  
63 to frack more, that we be- need to build more pipelines- both sides of the aisle, [ which is why. (2 sec)  
64 [ ((Foule hue))

65 But- but that is why, we need you. Because with your help, with your insistence, with your organizing, with  
66 your demands, with your voting, with your mobilizing a broader electorate than we have ever seen before  
67 in American history, we do not have to go down that path ! (4 sec) ((Applaudissements et cris de foule))  
68 Our history may be written, but our future is not ! (1 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) And we  
69 have every possibility in the world to change it. And cynicism, about our future is exactly what the  
70 opposition wants. It's exactly what they want. > They want you to think that it's too late. They want you  
71 to think that the future is pre-written. They want you to think that the power is too far imbalanced. And  
72 I'm here to tell you that all of those things are false. < (4 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) We are  
73 at a crossroads unlike any we have seen before, but the good thing is that the average everyday person  
74 has never been more powerful in human history than it is today. [ (1 sec) Never been more powerful. (1  
75 sec)

76 [ ((Applaudissements et cris de foule))

77 Between the- our abilities to educate ourselves, educate others, the abilities to win over our families, to  
78 have these conversations, to register and get people to the polls, > to have people organize around issues,  
79 to elevate our collective consciousness about our racial history, about our- our- about our nation's history,  
80 about our science, about everything that is bringing us to this moment, we have never been more powerful  
81 and big money has never been weaker. And that is exactly why they are fighting so hard < against the  
82 Green [ New Deal. (2 sec) We are at a precipice. We are at a critical precipice.

83 [ ((Applaudissements et cris de foule))

84 And the reason why you hear constant disinformation, targeting, screaming, crying storytelling about the  
85 Green New Deal, is because they know how vulnerable they are. If they didn't, they wouldn't be doing this.  
86 ((Cris de la foule)) If it really was just a silly little fairy tale, then they would have just let it rock. But they  
87 know. They know. The electoral, and the knowledge and- and the actual organizing energy that is behind

88 this. Because no one wants to leave a- a poor and- and worse earth for their children to inhabit, not a  
89 single human being. And for years of denial and years of abdication of leadership and responsibility, we  
90 finally are stepping into that void, taking our future for ourselves, and we will: change this country, and  
91 we will: change the future to be more just. Because the logic that we are fighting against right now, this is  
92 not just about putting solar panels on our homes. We are fighting against the logic that says poisoning and  
93 giving communities cancer is OK if an oil company can post a Q1 profit. And we're here to say no more. (3  
94 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) What we are fighting against, what we are fighting against, is a  
95 logic that says it is OK to pay someone less than they need to live, and we are here to say no more. (2 sec)  
96 ((Applaudissements et cris de foule)) And what we are also fighting against, is a logic that says we can  
97 extract enough off of human life and our environmental resources to the point of destroying our own  
98 humanity just to post profit, no more. [ We will not accept that, anymore. We cannot accept that anymore !  
99 (3 sec)

100 [ ((Applaudissements et cris de foule))

101 So lastly, what I'm here to tell you all, is that while I am not here to- to assuage all of our fears, and while  
102 I am not here to bring you comfort, what I am here to do is point to the possibility of our future. And if we  
103 act in that possibility, every day that we act in that possibility, we will have hope. And that is where hope  
104 will come from. Hope will come from our ability to act. Hope will come from our small actions every single  
105 day. And hope will come from us refusing to settle for less. Because for so long, this political, eh, paradigm  
106 that we have operated in, has relied on us settling for less in order to quote win. ((applaudissements de la  
107 foule)) And what that logic has gotten us? What that logic has gotten us to say, settle for less in order to  
108 win, caused us to lose 1000 seats until recently, the House, the Senate, and the presidency. And the idea  
109 that if we continue on that logic that we will somehow win after years and years of losing is the definition  
110 of insanity ! (2 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) [ We cannot allow ourselves to be bullied out of  
111 our values anymore ! (1 sec) And we do not have to be scared, > by demanding a living wage,

112 [ ((Applaudissements et cris de foule))

113 by demanding healthcare for all people as we transition to an economy that is decarbonized, sustainable,  
114 and just for every American. < (3 sec) ((Applaudissements et cris de foule)) But again, I cannot do this, but  
115 you can, we can, together. It is going to take the- a level of organizing that we have never seen. But, that  
116 is what we have been doing. We've already been pursuing levels of organizing that we have never seen.  
117 People say what is possible in electoral politics. People will vote for this, people won't vote for that. The  
118 turnout for the 2018 midterm primary was 19%. 19% and everyone is talking about what is electorally  
119 possible. But here's another statistic, in New York's 14th Congressional District, in that primary, we  
120 expanded the electorate by 68% over the last [ off year midterm election. (3 sec) PEOPLE WILL VOTE IF  
121 THERE IS SOMETHING WORTH VOTING FOR ! AND A GREEN NEW DEAL IS EXACTLY WHAT THAT IS ! THANK  
122 YOU ALL SO MUCH ! > LET'S ORGANIZE TOGETHER ! DON'T SETTLE FOR LESS, AND WE'RE GONNA MARCH  
123 TO THIS FUTURE TOGETHER ! THANK YOU VERY MUCH ! <

124 [ ((Applaudissements et cris de foule))

### **Discours 6**

1 I'm here to say that I'm proud to enthusiastically support and endorse Senator Ed Markey for reelection  
2 to the United States Senate. Ed Markey is a proud and- and strong progressive champion for working  
3 families, not just in Massachusetts, but across the country. And his leadership in authoring the Green New  
4 Deal along with me and carrying it in the United States Senate is emblematic of the kind of work that he  
5 does for working families across the country. In so many conversations that I've had with Ed, it is so  
6 abundantly clear the- the path that he has paved for all of us to be here in this moment, and to continue  
7 to push for change in the future as well. When I first got to Congress and we started to discuss big bold  
8 plans, a solution on the scale of the crisis. Many members shied away. A lot of people said we can't do too

9 much, we can't go too fast in order to pursue change for the American people. And Ed Markey was one of  
10 the few people that had the courage to stand up, and take a chance, and take a chance on [ a freshman  
11 congresswoman.

12 [ ((AOC rit))  
13 Um, and take a chance on this plan. And so I think it's so emblematic of who Ed Markey is. He knows exactly  
14 what communities need to be centered, he knows about the issues of our time, and he's not just resting  
15 on his record of this- of the past, but he's aggressively pursuing an agenda for the future. And that's what  
16 a progressive, and that's what progre- progressivism is all about. Ed Markey, I know is one of the strongest  
17 progressive that we have in the United States Senate, and in the time right now, we have to have  
18 conversations not just about holding this administration accountable, but changing the Democratic Party  
19 for the future, Ed Markey has a very critical role in making sure that climate change as well as a bevy of  
20 other issues, healthcare and beyond, are critical core issues and how we, um, fight for working people and  
21 working families in the United States, so. I hope you will join me in supporting him, but I for one am very  
22 proud to- to support and endorse Ed Markey for reelection.

### ***Discours 7***

1 [...] [ Good afternoon everyo:ne !  
2 [ ((Applaudissements de la foule))  
3 Thank you Miss Hedegaard for the introduction, thank you to C40 and the City of Copenhagen for  
4 welcoming me and all of our- all- everyone in this movement to your city, and as- I'd especially like to thank  
5 the activists and advocates, indigenous peoples, scientists and climate realists who are largely responsible  
6 for making this moment happen. I'd also like to thank the mayors, officials and everyday people who are  
7 joining us here and watching from afar today. I was honestly a li- little bit surprised and incredibly humbled  
8 to be invited here today to speak on the issue of the climate crisis and the Green New Deal, um, back in  
9 the United States, many of us advocating on this issue have garnered a bit of a reputation as troublemakers.  
10 [ And eh, radicals. (3 sec)  
11 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
12 So in that spirit, I will not waste much time and I want to move to speak with candor, frank honesty, truth  
13 and frankly, scientific consensus. It's no secret that we are meeting here today at a very perilous juncture,  
14 a crossroads. One of extinction or opportunity. And every decision we make between now and in our  
15 children's lifetimes will determine how human life will fare, whether we suff- suffer greatly, or build  
16 together. It is our choice. To the chagrin of many of the politicians and voters, I am sad to report that there  
17 is no middle road on the climate crisis. We will either address the problem meaningfully and in accordance  
18 with scientific consensus, or we will not. The statement is not a matter of radicalism, it is a matter of fact,  
19 of policy and of science. And many of the decisions we make, particularly as executives and policymakers,  
20 will either contribute to destruction or preservation. And that contribution is measured in the form of  
21 emissions, injustice and inequality. As elected officials, we have an obligation to tell the truth. And in many  
22 different junctures and moments, we have not. Not on this issue, not fully, and certainly not in our policy.  
23 Many of us have read the science, have been briefed by the world's experts and have seen the projections  
24 and implications in our communities. Yet we speak in broad terms, as though we do not know the things  
25 that we know. We do not speak often enough about this crisis in real, human understandable terms. And  
26 that impulse is understandable, because when we speak in what scientist- in the terms that scientists are  
27 are urging us to, we can ea- be easily labeled as alarmists or if you are not a man, hysterical. ((Rires de la  
28 foule)) (7 sec) ((Applaudissements, rires et cris de la foule)) In my own community in the United States, in  
29 New York City, all three major airports servicing the world's most complex airspace are projected to be  
30 flooded in part, or whole by 2080. That is given our traj- current trajectory and accounting for optimism in  
31 our actions. Through the fault of human cognitive bias, which lulls us into discounting the value of our

32 future, the year 2080 seems like an abstraction. But if I were to have a child in the next few years, he, she  
33 or they will have to contend with the world where some of our most precious, critical infrastructure goes  
34 underwater, or our most staple and widely used crops struggle to grow and feed our population. Even if  
35 we don't want to think about our children, we can think about ourselves. By 2030, according to researchers  
36 at the University of Washington Madison and the University of Oregon, quote « sea water is likely to  
37 submerge some 4000 miles of Internet cable in the United States and engulf more than 1000 data centers  
38 that house servers, routers and other hardware, by the end of this decade ». And that is just in our  
39 privileged pocket of some of the wealthiest areas in the most privileged nations, in the world. Money alone  
40 will not save us. And right now, federal governments are failing to act. The United States, to the horror of  
41 the world, withdrew from the Paris Agreement, but despite that, many of the other actors in charge of  
42 some of the most advanced and wealthiest economies have withdrawn from the agreement in action. Not  
43 a single one is on track to meet their Paris goals. Deeper still, we don't have to project one minute into our  
44 future to see that the climate crisis is already here. On this note, I speak to you not as an elected official,  
45 or public figure, but I speak to you as a human being. A woman whose dreams of motherhood now tastes  
46 [ bitter sweet. Because of what I know about our children's future. And that our actions are responsible  
47 for bringing their most dire possibilities into focus. I speak to you as a daughter and descendant of  
48 colonized peoples who have already begun to suffer.

49 [ ((AOC tremble de la voix, les larmes aux yeux))

50 Just two years ago, one of the deadliest disasters in the United States, struck in the form of Hurricane  
51 Maria. The climate change powered storm killed over 3000 Puerto Ricans, American citizens. My own  
52 grandfather died in the aftermath. All because they were living under colonial rule, which contributed to  
53 the dire conditions and lack of recovery. This year we saw Hurricane Dorian, reek similar hav- in the- re-  
54 reek similar ravage in the Bahamas. And that is not a coincidence. As many have noticed in an aw- and  
55 noted in an awful turn, the climate crisis is the path is first impacting those who have not only contributed  
56 to our emissions the least, but have already suffered greatly in the global history of inequality, colonization  
57 and imperialism, stacking one injustice upon another. But this is everyone's loss, too. And no person is  
58 insulated from this reality because many of the people ravaged and marginalized in our current regimes,  
59 the lineages of farmers, indigenous peoples and tightly knit communities, also have knowledge of many of  
60 the practices that are our solutions as well. So it is no secret that many of our scientific conclusions  
61 reinforce Indigenous wisdom and practices cultivated over thousands of years. It is not a coincidence that  
62 these disasters get relatively little media coverage, and that even less of the coverage dares to mention  
63 climate change. It is not a coincidence that the truth is controversial. None of this is a coincidence, because  
64 climate change is not a coincidence or a scientific anomaly. Climate change is a consequence. It is a  
65 consequence of our unsustainable way of life. Because it is unsustainable to organize our society as we  
66 have, centered on prioritizing personal gain and profit over any and all human or planetary considerations.  
67 It is unsustainable to naively believe that building a wall can shield ourselves from humanity's collective  
68 destiny. It is > unsustainable to promote amnesia around gross injustices and ignorance of our past, to  
69 abdicate responsibility simply because it was our ancestors who committed them and not us <. Our  
70 children bear responsibility for our inaction despite the fact that they didn't make the choice. And frankly,  
71 it is > unsustainable to continue to believe that our system of runaway, unaccountable, law breaking  
72 pursuit of- of profit, whose inequality is so socially destabilizing that it is giving rise to authoritarians who  
73 burn our forests and challenge the democracies that listen to basic science, and to think that that has  
74 nothing to do with this. < (10 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) It is unsurprising that this  
75 juncture coincides with the political moment of stark contrasts, that we must choose whether this moment  
76 will lead us to regression, or evolution. Authoritarianism, or greater democracy. Extraction or preservation.  
77 Our greatest choice is to move towards a cooperative, collaborative world that aligns with scientific  
78 consensus, whose economy center and benefit the middle and lower classes and the marginalized, which  
79 is to say, most people, and who honor the inherent value of all human dignity and can put everyone to

80 work. All of this means that rising to the challenge of the climate crisis demands not only that we act  
81 meaningfully, but also that we change society. The two are inextricable. Our current logic created this  
82 mess and operating in the same way will not get us out. Changing society for the better is the most  
83 sustainable thing we can do, and meeting the climate crisis will require the largest economic mobilization  
84 we may have ever tried to pursue as a human species. And that is what a green New Deal is all about,  
85 preserving our planet with a just transition focused on economic opportunity, jobs, and justice, peace, and  
86 prosperity. Simply put, to get the job done, much of the industrialized world, the developing world, the  
87 global south, all of us, we'll have to retrofit many of our buildings, change and update our energy grids,  
88 educate a labor pool in a myriad of different skills and capacities, work with regions to create just  
89 transitions for impacted workers and communities, and pursue some of the most ambitious civil  
90 engineering society has ever seen. And that should not be daunting, intimidating, or lead us to- its- despair.  
91 It should be inspiring. Because this is the work of advancing societies and we have been entrusted by the  
92 public to pursue it. To do any less is to stall or regress. We have two choices, to move forwards or  
93 backwards. Many of the places that will require attention and investment first are the frontline  
94 communities that have been historically neglected. Rural areas, poor urban areas, Indigenous lands. Again,  
95 this is not a coincidence or even a form of affirmative action. It is common sense. We have already invested  
96 virtually everywhere else, and much of those places will enjoy continued attention due to their existing  
97 political and economic power. Now we must invest in the places left behind to not only catch up, but  
98 leapfrog to the future. And much of this- work of this scale has been done before, it is possible. We have  
99 mobilized on a massive scale for war, and our only test of leadership is if we have the political will to  
100 mobilize on that scale for anything else. At the present moment, solving the climate crisis is no longer a  
101 primarily scientific question. It is now a political one. The scientists have done much of their job and now  
102 it is the time for us to do ours. Just as they have created the technologies and identify the targets, we must  
103 create the political will. A Green New Deal centers the leadership of frontline communities, from miners  
104 to farmers, to indigenous communities, working in poor communities, and urban communities alike. Not  
105 only because it is the right thing to do, it is, nor because it is where we can find solutions, we can. But also  
106 because it is the winning political coalition that can empower change. The Green New Deal is an economic  
107 boon for the many, that contrasts with the current profits of planetary extraction that benefit the very  
108 few. And with that. I think we have o- our work cut out for us. But to paraphra- to paraphrase a prior U.S.  
109 President who pioneered the original New Deal, forged in a time of great economic desperation, quote «  
110 we face the arduous days that lie before us and the warm courage of global unity with the clear  
111 consciousness of seeking old and precious moral values. We do not distrust the future of essential  
112 democracy. The people have not failed. In their need, they have registered a mandate that they want  
113 direct, vigorous action. They have asked for discipline and direction under leadership. They have made us  
114 present in they- they have made us the present instrument of their wishes, and in the spirit of that gift we  
115 should take it. In this dedication of a world, we humbly ask for a blessing. May we be protected, each and  
116 every one of us, and may we be guided in the days to come. Thank you very much. ((Applaudissements et  
117 cris de la foule)) [...]

### ***Discours 8***

1 [ HELLO: ! (1 sec) HELLO: ! HELLO: ! (4 sec) (I see you guys back there ! ) (1 sec) Hey:: ! (2 sec) HELLO IOWA:: !  
2 (2 sec) WHA:T'S GOOD CORALVILLE: ?! (3 sec) HOW'S EVERYBODY DOING TONIGHT ? (1 sec) ARE YOU ALL  
3 READY FOR THE REVOLUTIO:N ? ((Foule crie : « YEAH ! »)) I sure a:m ! I'm so thankful to be here tonight !  
4 Thank you everybody for dri:ving, for coming out.  
5 [ ((Musique)) ((Applaudissements et cris de la foule))  
6 For making sure that we're gathered here in this evening because we're here to queue up to transform  
7 this country and nothing less than that. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) I eh, I just- this is

8 my first visit. ((Quelqu'un dans la foule cri quelque chose en espagnol)) GRACIAS :: ! (2 sec)  
9 ((Applaudissements et cris de la foule)) This is my first trip to Iowa ever, in my entire life. (2 sec)  
10 ((Applaudissements et cris de la foule)) And eh, we- we landed, [ We-  
11 [ ((Quelqu'un dans la foule cri en  
12 espagnol))  
13 Gracia::s ! Otra vez::! Eso ! Um, and- and we landed and we got a huge, warm welcome of the largest rally  
14 of the presidential cycle down in Council Bluffs. [ In Iowa ! And eh.  
15 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
16 It was- it was such an incredible evening. And then he- and then just this morning we turned out another  
17 2000 people in Des Moines for the climate summit ! (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And  
18 now tonight, we're looking at probably around another 2000- 6000 thousand people in about 24 hours  
19 that we've rallied across the state. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) It's been such an  
20 incredible experience and- and having this be my first time in Iowa, I've learned, and experienced first-  
21 hand the incredible warmth and kindness that there is, in this state. Um, just this morning actually, I went  
22 out and I knocked doors, um. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Because tha::t's the wo::rk,  
23 O::K ?! And I- I was out knocking doors and eh, in Des Moines, and it was really amazing ! First of all, having  
24 knocked a lot of doors in New York City, knocking doors in Iowa is a much nice:r thing. ((AOC rit)) [ In New  
25 York, they're like, I don't want to change my cable, like, leave me alone.  
26 [ ((Rires  
27 de la foule))  
28 Um. But in Iowa, you know, you're just not gonna door and you were just open for a conversation. It's- it's  
29 really amazing and it's beautiful and it's a testament to the culture, the- the neighborly culture you all have  
30 here. And I think it's incredibly important because building on that culture, is, what, this campaign, is all  
31 about. It's the kind of culture we're trying to transform within our country. It's the country of loving thy  
32 neighbor, a culture of loving thy neighbor, a politics of loving thy neighbor. And to me:, that's what policies  
33 like Medicare for All: are all about. [ It's about loving thy neighbor. (1 sec) To me:, ending police brutality  
34 in America is loving thy neighbor. (2 sec) To me:, ending a brutal policy of caging, children and their parents,  
35 is about loving thy neighbor, ending that policy. For me, a living wage is loving thy neighbor. And to me, a  
36 Green New Deal is loving thy neighbor, our children and our planet. (3 sec)  
37 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
38 Um. And what's incredible, is that we're holding these record-breaking rallies, just weeks after we held the  
39 largest rally of the entire: presidential cycle in New York City, in Queens. (2 sec) ((Applaudissements et cris  
40 de la foule)) And. What that tells me is that > we're on to something <. ((Cris de la foule)) What that tells  
41 me is that people are ready for a true political revolution in the United States. (1 sec) ((Applaudissements  
42 et cris de la foule)) And I think what's important to- to really communicate with that, and what that means  
43 is that it's not a slogan. It's not, a- a hashtag. We're talking about actually transforming the center of power  
44 in the United States to focus on the working class. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And. It's  
45 been so: lo:ng, that- since we have done that, that people don't even think it's po:ssible. That's how long  
46 it's bee:n. But this is not the first time we're trying to do this. We have been here before. We have- we-  
47 we have mo- mobilized our entire workforce and our entire economy before, we have fought for civil rights  
48 before, we have liberated and pursued and- and fought for marriage equality before, and I know it seems  
49 impossible, but it is not. In fact, it is, mo:re within our reach than it has ever been. (4 sec)  
50 ((Applaudissements et cris de la foule)) At that rally in Queens, I was- I was talking to folks and one of the  
51 things that I mentioned was that it was just last February that I was waitressing at a Taco joint and down-  
52 downtown Manhattan. It was just last February. And. (1 sec) Everyone- no one would have thought, that  
53 this whole situation [ ((AOC rit)) was possible.  
54 [ ((Rires de la foule))  
55 I didn't- you know- at- years ago, I didn't even think it was possible. I remember always trying to find people

56 like me:, anywhere, with any sort of decision making power, people that had worked the jobs that I had  
57 worked, people who had working parents that I had had, people that lacked any sort of special connection  
58 or social influence, > being in charge or having a voice or saying anything < and I remember just not really  
59 seeing it. And, wondering if it was even possible. And um, for a while. I felt like I got jaded about our  
60 political system, for a while, I just felt, this is a show, this is theater, and that our politics don't actually  
61 work for us. And. What I was mentioning earlier today about the climate summit is that politics at its best  
62 is about love, as I mentioned. And one of the reasons I think people get so cynical is because we're tired  
63 of having our heart broken all the time. (4 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And. So what  
64 happens when your heart gets broken over and over and over again ? You just say « opt out » like « I'm  
65 over this », like, « I'm done with men or women or people », [like I'm over it.

[ ((Rires de la foule))

67 You opt out. But what happens ? You hold on. You hold on to that darkness. That doesn't go away. You  
68 hold on to that anger. You hold on to that resentment. You just keep it inside. And that's what's happened  
69 in our political process. That's what's happened to- to- to our sense of power. But the moment that that  
70 turned around for me. Was when I decided to do something, again. (3 sec) ((Applaudissements et cris de  
71 la foule)) When I decided to knock on a door or go to a Black Lives Matter protest, or head to Standing  
72 Rock or go to the border, I felt like I was part of something bigger than myself. [ And that is what a politics  
73 of love is all about.

[ ((Applaudissements et

74 cris de la foule))

76 Because all of these issues are bigger than us, individually, and because these problems are bigger than us,  
77 because these problems are universal, our solutions must be universal, too. (3 sec) ((Applaudissements et  
78 cris de la foule)) You know one of the questions and-and one of the questions that we have is, that I've  
79 gotten- often gotten is « why Bernie ? ». « Why have you endorsed Senator Sanders. ? » « Why Bernie ? »  
80 And for me ? One of the reasons, my « why Bernie », I think everyone's « why Bernie » is a little different.  
81 Everyone's « why Bernie » is little different because we all bring our personal stories here. We all have  
82 different life stories. For me, my « why Bernie » is because, when I was born and my parents were  
83 expecting myself and my brother, they turned to Planned Parenthood, in order to get prenatal services.  
84 And Bernie was fighting for me then. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) My « why Bernie », is  
85 because when I was a kid, and, my parents were struggling to be on health insurance, and my mom was  
86 cleaning houses and my dad was trying to start a business, when my parents, struggled with being able to  
87 have health insurance, let alone me, Bernie was fighting for them. Bernie was fighting for us. My « why  
88 Bernie », is because, when I started reading the climate science, and felt and saw that we almost acted in  
89 1989, the year I was born ! We almost acted ! And we didn't ! And now our seas are rising, our droughts  
90 are expanding, our crops are reducing in their nutrient density. When- when I started reading that and I  
91 felt the profound betrayal of political- of the failure of political leadership then, and I look at what Bernie  
92 was doing- Bernie was fighting for us. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) He fought, for me  
93 when I didn't have health care as a waitress, he fought for me when I graduated with \$20,000- over  
94 \$20,000 in student debt, he fought for me when I wasn't making a living wage. And so my « why Bernie »  
95 is, because since he has fought for me, I wanna fight for him. [ (3 sec) Because there's a lot of talk, in this  
96 cycle, about, unity.

[ ((Applaudissements et cris de la foule))

98 What, does, that, mean ? I don't know. What I do know ? Is what solidarity means. (2 sec)  
99 ((Applaudissements et cris de la foule)) Solidarity means fight for someone you don't know ! (2 sec)  
100 ((Applaudissements et cris de la foule)) Bernie Sanders did not know when he was doing those things, that  
101 he was fighting for me. He didn't know that. But he knew what he was fighting for. And now we wanna  
102 fight for people we don't know, too. [ That's what we have to do in this moment. Because if we- because  
103 if people can unify under anything, really.

104 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
105 You can unify- a- let's say- let's unify under what have you, this, that or to the other. But. Solidarity, means,  
106 we're going to fight for each other. That- solidarity is Medicare for all. [ If you don't have insurance, I don't  
107 want. If you don't have insurance, I don't want this system that we have. It's a rejection of this system. (2  
108 sec) And I don't. (1 sec) Solidarity.  
109 [ ((Applaudissements et cris de la  
110 foule))  
111 Means if you're not making, a living wage, I don't want a system that accepts being paid people less than  
112 a living wage. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) Solidarity. Solidarity, means, that if, children  
113 and immigrants are being caged at our border, we can dismantle the systems that put them there. (3 sec)  
114 ((Applaudissements et cris de la foule)) That's what solidarity means. And to all the folks who say « none  
115 of these things are possible ». We have to understand the impossibility and the irrationality of the system  
116 we [ have today: ! Of the system we have today.  
117 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
118 How is it possible ? That in the richest nation in the world, millions of people are too poor to live. How is  
119 that possible? That is what is impossible and unacceptable to me: for a moral nation. (2 sec)  
120 ((Applaudissements et cris de la foule)) HOW IS IT POSSIBLE ? How is it possible ? That when, so many  
121 people are talking about unemployment, or rather that there are too many jobs, we can't fill them. That  
122 we reject people who are trying to come here and build a better life, that is impossible in a moral nation.  
123 (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) How are we supposed to believe, that in the wealthiest  
124 nation in the world, people struggle to keep a home ? That is what is impossible. And so it's not that these-  
125 that what we're fighting for, is unreasonable. It's that people with limited political imagination cannot  
126 imagine an America that provides for working people, and that's not our fault, it's theirs. [ (3sec) Because  
127 there is more than enough.  
128 [ ((Applaudissements et cris de la foule))  
129 And, frankly, just because someone else cannot imagine a political system that's not run by billionaires  
130 doesn't mean we shouldn't have a political system, that's run by working people. (3 sec)  
131 ((Applaudissements et cris de la foule)) It's funny to me when we talk about a Green New Deal, and people  
132 say « this is too ambitious », « this is too big ». It's almost as though they can't imagine us valuing anything  
133 else more, in our budget, than war. ((Cris de la foule)) Is that they can't imagine an America that values  
134 education as much as it values war, ((Cris de la foule)) that value saving our planet as much as it values  
135 war ((Cris de la foule)) That- we- it's almost as though folks can't imagine, a country, that believes that  
136 saving our planet is more valuable than a Wall Street bank bailout. [ (2 sec) Because WE PAID FOR THAT  
137 JUST FINE ! I think about some of our largest expenditures,  
138 [ ((Applaudissements et cris de la  
139 foule))  
140 as a government and as a country, and they happened with the snap ((AOC claque des doigts)) of a finger.  
141 You ever- you ever noticed that ? \$2.1 trillion tax cut for billionaires and corporations happened, ((AOC  
142 claque des doigts)) like that, overnight. Wasn't that hard, was it ? A multi-billion dollar bank bailout to help  
143 reward the CEO's that took our homes away happened like, ((AOC claque des doigts)) that. [ That  
144 happened like that.  
145 [ ((La  
146 foule hue))  
147 So why is it, that we need to wait three generations to guarantee healthcare to all Americans ? Why is it,  
148 that we have to be told that we need to wait, until it's too late, to act on climate change ? And so, we're  
149 being hard. We're being hard. Because that, all of this, is not- all of this gaslighting in our political system  
150 is not true. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) But I want people to realize how important this

152 moment is right now. When I was first running for office, and I was, you know, I- I kept a- a Trader Joe's  
153 bag, I- and I put all of my canvassing materials in there, I put, um, I put my- my clipboards and my little  
154 postcards that I had made and I would tuck it behind the bar and I'd work my shift, and then I grab my bag,  
155 change out of my clothes and take a train out to Queens, and do a house parties with people, and talk to  
156 people- five people at a time. And it was crazy, only like a mad person would do this. Like I don't know  
157 why, ((Rires de la foule)) what overcame me. ((AOC rit)) But, um, and i would go five people at a time, to  
158 living rooms, for months. And I go to living room, there be five people in that living room and I be telling  
159 them, that actually, we can unseat one of the most powerful members of the Democratic Party from our  
160 home. [ And people said you are crazy. And. ((AOC rit)) I said, it's not crazy for us to fight for ourselves and  
161 stand up for ourselves.

162 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

163 So people have been telling us that we're nuts, forever, and we have been accomplishing the impossible  
164 for a long time. [ This movement has been accomplishing the impossible the whole time.

165 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

166 Because, in this last century we've electrified this country, literally, you know, we have to think about  
167 things like the Tennessee Valley Authority, and we go dig back, and when people try to accuse us, of going  
168 too far left, we're not pushing the party left, we are bringing the party home. [ (3 sec) IT'S TIME THAT WE  
169 BECOME THE PARTY OF FDR AGAIN ! IT'S TIME FOR US TO BECOME THE PARTY OF THE CIVIL RIGHTS ACT  
170 AGAIN ! IT'S TIME FOR US TO BECOME THE PARTY THAT FIGHTS FOR QUEER LIBERATION AGAIN, AN ANTI-  
171 WAR PARTY. A PARTY THAT ESTABLISHES PEACE AND PROSPERITY ! THAT'S THE PARTY I WANNA BE AGAIN  
172 AND I WANNA GO BACK HOME, that's what I wanna do. (3 sec) And in order for us to go back home, we  
173 cannot go back home alone.

174 [ ((Applaudissements et cris  
175 de la foule))

176 We have to go back home together. (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) That means, we need  
177 to go back home, with feminists. That means we have to go back home with the labor movement. [ That  
178 means we have to go back home with Black Lives Matter, go back home with the immigration movement.  
179 That means we have to go back home with the Fight for 15, that means we have to go back home.

180 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

181 That's how we go back home. Solidarity means you fight for someone you don't know. ((Cris de la foule))  
182 That- solidarity means you bring someone with you to caucus. ((Applaudissements et cris de la foule)) But  
183 what I mean by that is not just literally, but figuratively. Because I want you to vote, and I want you to  
184 caucus for someone you do:n't know. [ That's what that means. It means that when you walk in that night,  
185 you're gonna fight for a community that you haven't fought for before.

186 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

187 That means a:ll of us have to grow. That means a:ll of us are in the pursuit of self-development. Because  
188 we need to understand our interconnected struggle. I was on- I was on my way here to Iowa and I was  
189 reading a lot about climate change. Soybean yields are set to cut 25% by 2050 if we don't do anything  
190 about this. Maize as well. Sea rises out in coastal cities are set to threaten every major coastal city by 2050  
191 in some way, shape or form. Inte:rnet servers, are on our coasts, and when those sea levels rise, it's going  
192 to create systemic failures if we do nothing. So tell me what costs more ? Doing something about it or not  
193 doing something about it ? (2 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) And with that, we have to realize  
194 that this country we have, the way things are today, is a choi:ce. We choo:se to live, like this. Our systems,  
195 our political leadership, et cetera, is- we have chosen, in the richest country in the world, to allow people  
196 to die because they can't afford insulin. That's not an a:cci:de:nt. That is a choi:ce, of policy and of structure,  
197 and we don't have to choose that anymore. (3 sec) ((Applaudissements et cris de la foule)) But I need us  
198 to remember, we have to remember that this is not, a show. This is not something that we wa:tch. This is  
199

200 not something that we watch on television. We don't watch the polls. We don't observe a political race.  
201 We gotta be in it. [ We changed the polls ! We don't watch the polls, we changed the polls ! (1 sec) We  
202 bring people with us to caucus. (1 sec) And we talk to people who have never been engaged or involved  
203 before.

204 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

205 In my race, we won because we expanded the electorate 68% over the last [ off year midterm election.  
206 That's the work that we have to do. And that's the kind of stuff that people say is impossible.  
207 [ ((Applaudissements et cris

208 de la foule))

209 But when you fight for someone that you don't know, you can accomplish, we can accomplish the  
210 impossible. So we need to stitch this together, and let me tell you, it's working. There wouldn't be 2000  
211 people in here tonight if it wasn't, working. [ But our future is not something that is guaranteed to us.

212 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

213 Our future is not guaranteed to us. The quality of our future is not guaranteed to us. It's something in this  
214 moment that we have to fight for, and we're not going to get a shot like this again. Not at this time, not-  
215 not in this way. So we need to go for it all. We need to go for it all, because 10% better is not much better  
216 at all. [ (1 sec) And so with that.

217 [ ((Applaudissements et cris de la foule))

218 I want to introduce to you my friend. (2 sec) A man that fought for all of us, for so long. And now we're  
219 here, in this moment, to realize a vision of universality, and solidarity. I'd like to introduce you all, Senator  
220 Bernie Sanders. ((Musique)) ((Applaudissements et cris de la foule)) [...]

### ***Discours 9***

1 Good evening, bienvenidos, and thank you, to everyone here today endeavoring towards a better, more  
2 just future, for our country and our world. In fidelity and gratitude to a mass people's movement, working  
3 to establish 21st century social, economic, and human rights, including guaranteed healthcare, higher  
4 education, living wages, and labor rights for all people in the United States. A movement striving to  
5 recognize and repair the wounds of racial injustice, colonization, misogyny, and homophobia, and to  
6 propose and build reimagined systems of immigration and foreign policy, that turn away from the violence  
7 and xenophobia, of our past. A movement that realizes, the unsustainable brutality of an economy that  
8 rewards explosive inequalities of wealth for the few, at the expense of long term stability for the many.  
9 And who organized a historic, grassroots campaign to reclaim our democracy. In a time when millions of  
10 people in the United States are looking for deep systemic solutions to our crises of mass evictions,  
11 unemployment and lack of healthcare, en el Espiritu del pueblo, and out of love for all people, I hereby  
12 second the nomination of Senator Bernard Sanders of Vermont. For President of the United States of  
13 America.

### ***Discours 10***

1 Hey everyone. So I have been seeing progressive officials around the world do this challenge where we  
2 tried to squeeze in all of the accomplishments from the last two years in two or three minutes. And since  
3 I'm coming to the end of my first term in office, I thought we try to do the same. So two years and 2:00-  
4 ish minutes. Uh, so let's set the clock. Let's try to do it. Ready. All right, let's go ! > This term, we successfully  
5 passed legislation to move \$5 million to treatment for opioid addiction with funds shifted from the DEA,  
6 \$10 million in funds to clean up toxic bombardment sites in Vieques Puerto Rico that we're getting people  
7 sick. I repealed the Faircloth amendment in the House, which paves the way for the US to build more public

8 housing for the first time in decades. Passed legislation in the House to ban funds going to the transfer of  
9 lethal military equipment to Bolivia. Introduced more amendments than 90% of freshman lawmakers in  
10 the House. I authored and introduced the Green New Deal with Senator Ed Markey and secured 115  
11 House and Senate co-sponsors on it. Regional versions of the Green New Deal were also adopted by 10  
12 local governments, including the state of New Mexico, and cities of Austin, Los Angeles, New York City,  
13 Boston and more. We unveiled the Green New Deal for public housing, which would invest up to \$180  
14 billion over 10 years and create up to a quarter million jobs per year nationwide. I authored the Just Society  
15 suite of bills which would modernize the federal poverty standard, make immigrants eligible for social  
16 safety programs, require federal contractors to pay 15 bucks an hour, strengthen tenant protections and  
17 ease reentry for formerly incarcerated citizens. I introduced the Loan Shark Prevention Act with Senator  
18 Sanders to cap credit card interest rates at 15%. I called for the bailout for taxicab drivers,  
19 targeted and predatory lending schemes, and sought a tougher oversight in New York city taxi  
20 medallion lending. We introduced the COVID-19 funeral assistance's act which would help families get up  
21 to 10K in funeral expenses who lost loved ones during the pandemic. I co-sponsored 78 pieces of legislation  
22 that passed the house, 14 that were signed into law, and that's before we get to our investigations. During  
23 committee hearings my question lines helped pressure Big Pharma into bringing down the price- the price  
24 of Prep to prevent HIV transmission, Exposed TransDigm a defense contractor into returning \$16.1 million  
25 in price-gouged profits to the public, pressured Facebook to fact-check political advertising, and exposed Mark Zuckerberg's dinner parties with radical right-wing figures, we got  
26 President Trump's former lawyer Michael Cohen to state on the record that uh, President Trump was  
27 engaging in tax fraud and to name other potential witnesses, we overturned the unjust citizenship  
28 question on the Census, we stopped the deportation of whistleblowers from the Irwin County Detention  
29 Centers and travel to the border to expose abuse of immigrant families in detention and the inhumanity  
30 of child separation. I was nominated twice in the Democracy Awards, which was the first time a member  
31 of Congress was recognized in two categories at home in the Bronx and Queens. We helped over 1000  
32 constituents with VA, Social Security, immigration visas and other federal services, attended over 600  
33 events in the district, hosted 25 town halls, and when our community became the epicenter of the  
34 epicenter, we mobilized a full COVID response operation, including 200,000 community check-in calls,  
35 80,000 meals to families in need, 100,000 masks to teacher, small businesses and essential workers, we  
36 organized and launched a homework helpers program and recruited over 11,000 tutors to offer one-on-  
37 one help for kids in remote learning, eh, raised 1.25 million for local organizations during COVID Relief,  
38 hosted 8 training sessions to teach over 10,000 people how to unionize their workplace, form mutual aid  
39 networks and childcare collectives during COVID and more, we launched a multilingual outreach effort on  
40 the Census, which brought in over \$58 million to our district. On the presidential campaign, I co-chaired  
41 the Climate Unity Task Force with Secretary Kerry to help shape a- president-elect Biden's \$2 trillion  
42 climate policy, we raised nearly \$600,000 for grassroots organizations in eh, Georgia and more than 1.5  
43 million for progressives and swing-district Democrats across the country. In my own race, I fended off over  
44 \$10 million in corporate-backed attacks without taking a single cent from lobbyist, fossil fuel executives or  
45 corporate money. We won and I was honored to win reelection with nearly 72% of the vote in the highest  
46 turnout election that New York 14th, has ever, seen. WOO ! < OK, that's not everything we accomplished,  
47 but it's still a pretty good list. I ran over and it would not have been- but none of this would have been  
48 possible without you all, um your support, small dollar donations, your organizing. These accomplishments  
49 are not mine. They're all of ours. And so, I thank you so very much. Happy holidays and let's keep it going  
50 to the next year.  
51

## BIBLIOGRAPHIE

- Abramowitz, A. I. et Saunders, K. L. (2008). Is Polarization a Myth? *The Journal of Politics*, 70(2), 542-555. <https://doi.org/10.1017/S0022381608080493>
- Adum, A. N., Ojiakor, O. E. et Nnatu, S. (2019). *Party Politics, Hate Speech and the Media: A Developing Society Perspective*, 5(1), 10.
- Akhtar, A. (2019, 3 juillet). 5 psychological reasons Alexandria Ocasio-Cortez's bartender past gets brought up again and again. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/psychology-of-why-conservatives-bring-up-ocasio-cortez-bartender-past-2019-7>
- Albert, M.-N. et Avenier, M.-J. (2011). Légitimation de savoirs élaborés dans une épistémologie constructiviste à partir de l'expérience de praticiens. *Recherches qualitatives*, 30(2), 22. <https://doi.org/10.7202/1084829ar>
- Alter, C. (2019, 21 mars). « Change Is Closer Than We Think. » Inside Alexandria Ocasio-Cortez's Unlikely Rise. *Time*. <https://time.com/longform/alexandria-ocasio-cortez-profile/>
- Amossy, R. (2014). L'éthos et ses doubles contemporains. Perspectives disciplinaires. *Langage et société*, 149(3), 13-30. <https://doi.org/10.3917/lis.149.0013>
- Anadón, M. (2006). La recherche dite « qualitative » : de la dynamique de son évolution aux acquis indéniables et aux questionnements présents. *Recherches qualitatives*, 26(1), 5-31. <https://doi.org/10.7202/1085396ar>
- Arbour, B. (2014). *Candidate-Centered Campaigns*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137387370>
- Argenton, C. (2023). Le « nullisme », nouveau clivage idéologique ? *Commentaire, Numéro 184(4)*, 887-891. <https://doi.org/10.3917/comm.184.0887>
- Arn, J. (2020, 3 novembre). Why Democrats are donkeys and Republicans are elephants. *CNN, Arts*. <https://www.cnn.com/style/article/why-democrats-are-donkeys-republicans-are-elephants-artsy/index.html>
- Austin, L. J. (1975). *How to do things with words* (2e éd.). Harvard University Press.
- Ball, E. L., Seijas, T. et Snyder, T. L. (2020). *As If She Were Free: A Collective Biography of Women and Emancipation in the Americas*. Cambridge University Press.
- Bastien, F. (2009). Beyond Sex and Saxophones: Interviewing Practices and Political Substance on Televised Talk Shows. *Canadian Political Science Review*, 3(2), 70-88.
- Baum, M. A. et Groeling, T. (2008). New Media and the Polarization of American Political Discourse. *Political Communication*, 25(4), 345-365. <https://doi.org/10.1080/10584600802426965>

- Bayram, U., Pestian, J., Santel, D. et Minai, A. A. (2019). What's in a Word? Detecting Partisan Affiliation from Word Use in Congressional Speeches. Dans *2019 International Joint Conference on Neural Networks (IJCNN)* (p. 1-8). <https://doi.org/10.1109/IJCNN.2019.8851739>
- Bazzi, S., Fiszbein, M. et Gebresilasse, M. (2020). Frontier Culture: The Roots and Persistence of "Rugged Individualism" in the United States. *Econometrica*, 88(6), 2329-2368. <https://doi.org/10.3982/ECTA16484>
- Bennett, L. W. (1996). *News : The Politics of Illusion* (3e éditions). Longman.
- Berman, G. et Paradies, Y. (2010). Racism, disadvantage and multiculturalism: towards effective anti-racist praxis. *Ethnic and Racial Studies*, 33(2), 214-232. <https://doi.org/10.1080/01419870802302272>
- Bernard Barbeau, G. (2009). *La construction discursive de l'identité: Le cas de la question linguistique dans le débat sur l'immigration au Québec en 2007-2008* [Thèse, Université Laval].
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781446221648>
- Bitterly, T. B., Brooks, A. W. et Schweitzer, M. E. (2016, 24 août). *Risky Business: When Humor Increases and Decreases Status*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2656617>
- Bjorkman, E. A. (2020). Leave no one behind: A commitment we must continue to make. *Military Times*, Commentaire. <https://www.militarytimes.com/opinion/commentary/2020/08/24/leave-no-one-behind-a-commitment-we-must-continue-to-make/>
- Blais, R. (2021, 20 octobre). Quand les Québécois se passionnent pour la politique américaine (de Trump). *Radio-Canada*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1832601/karine-premont-marie-eve-carignan-trump-impacts-quebec-rejean-blais>
- Blumenthal, S. (1980). *The Permanent Campaign: Inside the World of Elite Political Operatives*. MA: Beacon Press. <https://www.amazon.ca/permanent-campaign-Inside-political-operatives/dp/0807032085>
- Bonneville, L., Grosjean, S. et Lagacé, M. (2007). *Introduction aux méthodes de recherche en communication*. Gaëtan Morin éditeur. <https://www.coopuqam.com/379217-Livres--produit.html>
- Bourdieu, P. (1982). L'identité et la représentation. Dans *Langage et pouvoir symbolique* (p. 281-292). Éditions du Seuil.
- Boutet, J. (2019). Compte rendu: Luca GRECO, Dans les coulisses du genre : la fabrique de soi chez les Drag Kings, Limoges, Lambert-Lucas, 2018, 172 p. *Langage et société*, 167(2), 210-213. <https://doi.org/10.3917/lis.167.0210>
- Boutet, J. (2020). Compte rendu: Alain RABATEL et Laurence ROSIER (dir.), « Les défis de l'écriture inclusive », Le discours et la langue 11 (1), 2019, 187 p. *Langage et société*, 171(3), 220-223. <https://doi.org/10.3917/lis.171.0220>
- Boykoff, M. T. (2011). *Who Speaks for the Climate?: Making Sense of Media Reporting on Climate Change*. Cambridge University Press.

- Bradner, E. et Merica, D. (2018, 27 juin). The biggest night so far for progressives and other takeaways from Tuesday night's primaries | CNN Politics. *CNN*. <https://www.cnn.com/2018/06/27/politics/takeaways-tuesday-primaries-crowley/index.html>
- Brown, N. E. (2010). *The intersection of race and gender on representation: Black women legislators' impact on legislation*. [https://www.academia.edu/78049966/The\\_intersection\\_of\\_race\\_and\\_gender\\_on\\_representation\\_on\\_Black\\_women\\_legislators\\_impact\\_on\\_legislation](https://www.academia.edu/78049966/The_intersection_of_race_and_gender_on_representation_on_Black_women_legislators_impact_on_legislation)
- Brown, N. E. (2011). Identity and the Legislative Decision Making Process: A Case Study of the Maryland State Legislature. *Explorations in Ethnic Studies*, 34(1), 45.
- Brown, N. E. (2019a). Michelle Obama's Legacy. *Politics & Gender*, 15(03), 361.
- Brown, N. E. (2019b). Multiracial Identity and Racial Politics in the United States. *Perspectives on Politics*, 17(2), 568-569.
- Brown, N. E. et Dowe, P. (2020). Late tot the party: Black women's inconsistent support from political parties. Dans D. Teele (dir.), S. Shames, R. Bernhard et M. Holman, *Good Reasons to Run : Women and Political Candidacy* (p. 153-166). PA.
- Brown, N. E. et Gershon, S. A. (2020). "Glass half full: cautious optimism and the future of Black women political elites in America". *The Journal of Race, Ethnicity, and Politics*, 6(1), 3.
- Brulle, R. J., Carmichael, J. et Jenkins, J. C. (2012). Shifting public opinion on climate change: an empirical assessment of factors influencing concern over climate change in the U.S., 2002–2010. *Climatic Change*, 114(2), 169-188. <https://doi.org/10.1007/s10584-012-0403-y>
- Bucholtz, M. et Hall, K. (2005). Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7(4-5), 585-614. <https://doi.org/10.1177/1461445605054407>
- Bugaric, B. (2019). The two faces of populism: Between authoritarian and democratic populism. *German Law Journal*, 20(3), 390-400. <https://doi.org/10.1017/glj.2019.20>
- Butler, J. (2009). Performativity, precarity and sexual politics. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 4(3). <http://www.aibr.org/antropologia/04v03/criticos/040301b.pdf>
- Butler, J. (2017). *Le pouvoir des mots. Discours de haine et politique du performatif* (3e éd.). Amsterdam.
- C40 Cities. (s. d.). *About C40* [À propos]. C40 Cities. Récupéré le 22 mai 2024 de <https://www.c40.org/about-c40/>
- Calabrese, L. et Veniard, M. (2018). Mots, discours et migration, une relation dialectique. Dans L. Calabrese et M. Veniard (dir.), *Penser les mots, dire la migration* (p. 9-32). Academia-L'Harmattan.
- Carvalho, A. (2010). Media(ted)discourses and climate change: a focus on political subjectivity and (dis)engagement. *WIREs Climate Change*, 1(2), 172-179. <https://doi.org/10.1002/wcc.13>

- Ceccobelli, D. et Di Gregorio, L. (2022). The Triangle of Leadership. Authenticity, Competence and Ordinarity in Political Marketing. *Journal of Political Marketing*, 21(2), 113-125. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2060644>
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Vuibert.
- Charaudeau, P. et Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Seuil. <https://www.seuil.com/ouvrage/dictionnaire-d-analyse-du-discours-patrick-charaudeau/9782020378451>
- Coretti, L. et Pica, D. (2015). The rise and fall of collective identity in networked movements: communication protocols, Facebook, and the anti-Berlusconi protest. *Information, Communication & Society*, 18(8), 951-967. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043317>
- Corner, J. et Pels, D. (2003). *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. SAGE.
- Crenshaw, K., Cho, S. et McCall, L. (2013). Toward a Field of Intersectionality Studies: Theory, Applications, and Praxis. *Journal of Women in Culture and Society*, 38(4), 785-810.
- Delvaux, M. (2019). *Le Boys Club* (Remue-Ménage).
- Dietze, G. et Roth, J. (2020). *Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond* (1ère). Transcript. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783839449806/pdf?licenseType=restreict&d#page=147>
- Ditonto, T. (2017). A High Bar or a Double Standard? Gender, Competence, and Information in Political Campaigns. *Political Behavior*, 39(2), 301-325. <https://doi.org/10.1007/s11109-016-9357-5>
- Doherty, B. J. (2007). Elections: The Politics of the Permanent Campaign: Presidential Travel and the Electoral College, 1977-2004. *Presidential Studies Quarterly*, 37(4), 749-773. <https://doi.org/10.1111/j.1741-5705.2007.02623.x>
- Doherty, B. J. (2012). *The Rise of the President's Permanent Campaign*. University Press of Kansas. <https://kansaspress.ku.edu/9780700618606>
- Dolan, J., Deckman, M. M. et Swers, M. L. (2021). *Women and Politics: Paths to Power and Political Influence*. Rowman & Littlefield.
- Doury, M. (2021). *Argumentation. Analyser textes et discours* (vol. 2e éd). Armand Colin. <https://www.cairn.info/argumentation--9782200631031.htm>
- DSA. (2022). *What is Democratic Socialism?* Democratic Socialists of America (DSA). <https://www.dsaua.org/about-us/what-is-democratic-socialism/>
- Dubois, E. et Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>

- Duhamel, A. (1995). *La politique imaginaire*. Folio.
- Dupuis-Déri, F. (2022, 28 novembre). Mais quelle polarisation politique? *Pivot*, Chronique. <https://pivot.quebec/2022/11/28/mais-quelle-polarisation-politique/>
- Edsall, T. B. (2022, 25 mai). We Can't Even Agree on What Is Tearing Us Apart. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/05/25/opinion/polarization-politics-red-blue-america.html>
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L. et Lecheler, S. (2021). Delegitimizing the media?: Analyzing politicians' media criticism on social media. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653-675. <https://doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>
- Ellis, C. et Stimson, J. A. (2012). *Ideology in America*. Cambridge University Press.
- Elmer, G., Langlois, G. et McKelvey, F. (2012). *The permanent campaign: new media, new politics*. Peter Lang.
- Erickson, R. J. (1995). The Importance of Authenticity for Self and Society - Erickson - 1995 - Symbolic Interaction - Wiley Online Library. *Symbolic Interaction*, 18(2), 121-144.
- Fahrenheit, D. A. (2012, 7 novembre). Obama reelected as president. *The Washington Post*. [https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/after-grueling-campaign-polls-open-for-election-day-2012/2012/11/06/d1c24c98-2802-11e2-b4e0-346287b7e56c\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/politics/decision2012/after-grueling-campaign-polls-open-for-election-day-2012/2012/11/06/d1c24c98-2802-11e2-b4e0-346287b7e56c_story.html)
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language* (2e édition). Routledge.
- Fairclough, N. et Wodak, R. (1997). Critical Discourse Analysis. Dans T. A. Van Dijk (dir.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction* (vol. 2, p. 258-284). Sage.
- Fauquert, É. (2016). La communication présidentielle du 21e siècle aux États-Unis. Retour sur un aggiornamento stratégique. *Mots. Les langages du politique*, (112), 109-116. <https://doi.org/10.4000/mots.22512>
- Feldman, L., Maibach, E. W., Roser-Renouf, C. et Leiserowitz, A. (2012). Climate on Cable: The Nature and Impact of Global Warming Coverage on Fox News, CNN, and MSNBC. *The International Journal of Press/Politics*, 17(1), 3-31. <https://doi.org/10.1177/1940161211425410>
- Ferrante, M. B. (2018, 31 octobre). Before Breaking The Glass Ceiling, Women Must Climb The Maternal Wall. *Forbes*, ForbesWomen. <https://www.forbes.com/sites/marybethferrante/2018/10/31/before-breaking-the-glass-ceiling-women-must-climb-the-maternal-wall/>
- Ferree, M. M. (2008). Framing equality: The politics of race, class, gender in the US, Germany, and the expanding European Union. *The Gender Politics of The European Union*, 237-255.
- Fight for 15. (2024). About Us. *Fight for \$15*. <https://fightfor15.org/about-us/>
- Fraser, N. (2004). Justice sociale, redistribution et reconnaissance. *Revue du MAUSS*, 1(24), 152-164. <https://doi.org/10.3917/rdm.023.0152>

- Fraser, N. (2012). *Le féminisme en mouvements. Des années 1960 à l'ère néolibérale*. La Découverte.
- Fraser, N. (2017). From Progressive Neoliberalism to Trump—and Beyond. *American Affairs*, 1(4), 46-64.
- Fu, S. et Howell, W. G. (2022). *The Filibuster and Legislative Discussion*, 24.
- García, C. (2012). Using Strategic Communication for Nation-Building in Contemporary Spain: The Basque Case. *International Journal of Strategic Communication*, 6(3), 212-231. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2012.678523>
- Geer, J. G. (2010). *Fanning the Flames: the News Media's Role in the Rise of Negativity in Presidential Campaigns*, 22.
- Gentzkow, M., Shapiro, J. M. et Taddy, M. (2016). Measuring Polarization in High-Dimensional Data: Method and Application to Congressional Speech. *National Bureau of Economic Research, Tech. Rep.*, 47.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M. et Müller, S. (2022). Social Media and Political Agenda Setting. *Political Communication*, 39(1), 39-60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Gingras, A.-M. (2007). *Médias et démocratie. Le grand malentendu* (2e édition). Presse de l'Université du Québec.
- Goffman, E. (1959). *Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor Books.
- Goldmacher, S. (2018, 27 juin). An Upset in the Making: Why Joe Crowley Never Saw Defeat Coming. *The New York Times*, New York. <https://www.nytimes.com/2018/06/27/nyregion/ocasio-cortez-crowley-primary-upset.html>
- Goodstein, L. (2009, 31 mai). Sotomayor Would Be Sixth Catholic Justice, but the Pigeonholing Ends There. *The New York Times*, U.S. <https://www.nytimes.com/2009/05/31/us/politics/31catholics.html>
- Goodwin, J. et McKerrow, R. (2011). Accounting for the force of the appeal to authority. *OSSA Conference Archive*, (10). <https://scholar.uwindsor.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=ossaarchive>
- Grangeiro, R. da R., Silva, L. E. N. et Esnard, C. (2021). I broke the glass ceiling, now what? Overview of metaphors to explain gender inequality in organizations. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(6), 1523-1537. <https://doi.org/10.1108/IJOA-07-2020-2281>
- Grobet, A. (2002). Conventions de transcription. Dans *L'identification des topiques dans les dialogues* (p. 391-391). De Boeck Supérieur. <https://www.cairn.info/l-identification-des-topiques-dans-les-dialogues--9782801113127-p-391.htm>
- Gulati, G. J. (2004). Members of Congress and Presentation of Self on the World Wide Web. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(1), 22-40. <https://doi.org/10.1177/1081180X03259758>
- Habermas, J. (1987). *Théorie de l'agir communicationnel*, (vol. T1 et T2). Fayard.

- Haraldsson, A. et Wängnerud, L. (2018). The effect of media sexism on women's political ambition: evidence from a worldwide study. *Feminist Media Studies*, 19(4), 525-541.
- Hardy, C., Phillips, N. et Harley, B. (2004). Discourse analysis and content analysis: Two solitudes? *Qualitative & Multi-Method Research*, 2(1), 19-22. <https://doi.org/10.5281/zenodo.998649>
- Heath, J. (2021). Post-deliberative Democracy. *Analyse & Kritik*, 43(2), 285-308. <https://doi.org/10.1515/auk-2021-0019>
- Heclo, H. (2000). Campaigning and Governing: A Conspectus. Dans N. Ornstein et T. Mann (dir.), *The Permanent Campaign and Its Future* (p. 1-37). DC: Brookings Institution Press.
- Heltzel, G. et Laurin, K. (2020). Polarization in America: two possible futures. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 179-184. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.03.008>
- Hitlin, S. (2003). Values as the Core of Personal Identity: Drawing Links between Two Theories of Self. *Social Psychology Quarterly*, 66(2), 118-137. <https://doi.org/10.2307/1519843>
- Horowitz, J., Parker, K., Graf, N. et Livingston, G. (2017). Americans Widely Support Paid Family and Medical Leave, but Differ Over Specific Policies. *Pew Research Center*. <https://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/03/22152556/Paid-Leave-Report-3-17-17-FINAL.pdf>
- Horton, D. et Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction; observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N. et Westwood, S. J. (2019). The Origins and Consequences of Affective Polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22(1), 129-146. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051117-073034>
- Iyengar, S., Sood, G. et Lelkes, Y. (2012). Affect, Not Ideology. *Public Opinion Quarterly*, 76(4), 404-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs059>
- Jamieson, K. et Cappella, J. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*.
- Joathan, Í. et Lilleker, D. G. (2023). Permanent Campaigning: A Meta-Analysis and Framework for Measurement. *Journal of Political Marketing*, 22(1), 67-85. <https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1832015>
- John, A. (2019, 18 juillet). A Brief History of Squads. *The New York Times*, Style. <https://www.nytimes.com/2019/07/18/style/squad-aoc-trump.html>
- Joy, M. et Vogel, R. K. (2021). Beyond Neoliberalism: A Policy Agenda for a Progressive City. *Urban Affairs Review*, 57(5), 1372-1409. <https://doi.org/10.1177/1078087420984241>
- Judkis, M. (2018, 1<sup>er</sup> août). Trump shows he's clueless about groceries — like so many politicians before him. *The Washington Post*.

- <https://www.washingtonpost.com/news/food/wp/2018/08/01/trump-shows-hes-clueless-about-groceries-like-so-many-politicians-before-him/>
- Kanwal, S. et Maldonado Garcia, M. (2019). Representation of Gender Through Framing: A Critical Discourse Analysis of Hillary Clinton's Selected Speeches. *Journal of English Linguistics*, 9. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n2p321>
- Kreiss, D., Lawrence, R. G. et McGregor, S. (2020). Political Identity Ownership: Symbolic Contests to Represent Members of the Public. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120926495>
- Krieg-Planque, A. (2017). *Analyser les discours institutionnels*. Armand Colin.
- Krook, M. L. (2017). Violence Against Women in Politics. *Journal of Democracy*, 28(1), 74-88. <https://doi.org/10.1353/jod.2017.0007>
- Krook, M. L. et Restrepo Sanín, J. (2020). The Cost of Doing Politics? Analyzing Violence and Harassment against Female Politicians. *Perspectives on Politics*, 18(3), 740-755.
- Lalancette, M. (2011). *Représentations sociales et opérations discursives en politique: enjeux de spectacularisation*. Éditions universitaires européennes.
- Lalancette, M. (2018). Les « web-mises en scène » des candidats aux élections québécoises de 2012 : entre discrétion et confession. *Politique et Sociétés*, 37(2), 47.
- Lalancette, M. et Tourigny-Koné, S. (2017). 24 Seven Videostyle: Blurring the Lines and Building Strong Leadership. Dans A. Marland, T. Giasson et A. L. Esselment (dir.), *Permanent Campaigning in Canada* (p. 259-277). UBC Press.
- Larsson, A. O. (2016). Online, all the time? A quantitative assessment of the permanent campaign on Facebook. *New Media & Society*, 18(2), 274-292. <https://doi.org/10.1177/1461444814538798>
- Lazar, M. M. (2018). Feminist critical discourse analysis. Dans J. Flowerdew et J. E. Richardson (dir.), *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (p. 372-387). Routledge.
- Le Bart, C. (2020). La communication négative intra-partisane : trahir son candidat ? *Questions de communication*, 38(2), 219-238. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23954>
- Lefebvre, H. (2003). *The Urban Revolution*. University of Minnesota Press.
- Lester, L. (2010). *Media and Environment: Conflict, Politics and the News*. Polity Press.
- Leuchtenburg, W. E. (2016). Franklin D. Roosevelt: Domestic Affairs. University of Virginia. <https://millercenter.org/president/fdroosevelt/domestic-affairs>
- Library of Congress. (s. d.). The Civil Rights Movement. The Post War United States, 1945-1968 [web page]. <https://www.loc.gov/classroom-materials/united-states-history-primary-source-timeline/post-war-united-states-1945-1968/civil-rights-movement/>

- Lind, R. A. et Salo, C. (2002). The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Media. *Journal of Communication*, 52(1), 211-228. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02540.x>
- Lits, M. (2003). Le déplacement médiatique du débat politique - Archive ouverte HAL. Xe colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC. [https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000629](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000629)
- Luebke, S. M. (2021). Political Authenticity: Conceptualization of a Popular Term. *The International Journal of Press/Politics*, 26(3), 635-653. <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>
- Manning, N., Penfold-Mounce, R., Loader, B. D., Vromen, A. et Xenos, M. (2017). Politicians, celebrities and social media: a case of informalisation? *Journal of Youth Studies*, 20(2), 127-144. <https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1206867>
- Manzi, F. et Heilman, M. E. (2021). Breaking the glass ceiling: For one and all? *Journal of Personality and Social Psychology*, 120(2), 257-277. <https://doi.org/10.1037/pspa0000260>
- Marland, A., Giasson, T. et Esselment, A. L. (dir.). (2017). *Permanent Campaigning in Canada*. UBC Press.
- Martel, G. (2018). *Incarner la politique. La construction de l'image médiatique des femmes et des hommes politiques au Québec*. Presse de l'Université Laval. <https://www.pulaval.com/livres/incarner-la-politique-la-construction-de-l-image-mediatique-des-femmes-et-des-hommes-politiques-au-quebec>
- Martin, B. et Hodder, P. (2009). Climate crisis? The politics of emergency framing. *Economic & Political Weekly*, 44(36), 53-60.
- Martin, J. R. et Wodak, R. (2003). Introduction. Dans J. R. Martin et R. Wodak, *Rr/reading The Past: Critical and Functional Perspective on Time and Value* (p. 1-18). John Benjamins Publishing Company.
- Matos, A. R. (2019). Alexandria Ocasio-Cortez and Cardi B Jump through Hoops: Disrupting Respectability Politics When You Are from the Bronx and Wear Hoops. *Harvard Journal of Hispanic Policy*, 31, 89-93.
- McAllister, I. (2009). The Personalization of Politics. Dans H.-D. Klingemann (dir.), R. J. Dalton, *Handbook of Political Behavior*. Oxford University Press.
- Molinié, G. (1997). *Dictionnaire de la rhétorique*. Livres de poche. <https://www.livredepoche.com/livre/dictionnaire-de-la-rhetorique-9782253160076>
- Morris, H. E. (2021). Constructing the Millennial "Other" in United States Press Coverage of the Green New Deal. *Environmental Communication*, 15(1), 133-143. <https://doi.org/10.1080/17524032.2020.1812686>
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>
- Murawski, C. M. (2023). Diverse Religious Perspectives on Abortion Politics in the U.S. *Feminist Pedagogy*, 3(2), 8.

- Nagourney, A. (2008, 5 novembre). Obama Elected President as Racial Barrier Falls. *The New York Times*, U.S. <https://www.nytimes.com/2008/11/05/us/politics/05elect.html>
- Noyer, J. (2011). Jean Widmer : Discours et cognition sociale. Une approche sociologique. *Études de communication. langages, information, médiations*, (36), 184-188. <https://doi.org/10.4000/edc.2649>
- Obama, M. (2014, 30 juillet). Remarks by the First Lady at the Summit of the Mandela Washington Fellowship for Young African Leaders. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/2014/07/30/remarks-first-lady-summit-mandela-washington-fellowship-young-african-le>
- Ocasio-Cortez, A. (2022). *THE GREEN NEW DEAL IS HERE*. <https://www.ocasiocortez.com/green-new-deal>
- Ornstein, N. et Mann, T. (dir.). (2000). *Permanent Campaign and Its Future*. DC: Brookings Institution Press.
- Page, S. (2021, 15 mars). *Inside Nancy Pelosi's War With AOC and the Squad*. POLITICO. <https://www.politico.com/news/magazine/2021/04/15/nancy-pelosi-alexandria-ocasio-cortez-481704>
- Pew Research Center. (2014a). Adults in Iowa. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/religion/religious-landscape-study/>
- Pew Research Center. (2014b, 12 juin). *Political Polarization in the American Public. How Increasing Ideological Uniformity and Partisan Antipathy Affect Politics, Compromise and Everyday Life*.
- Pew Research Center. (2022, 6 juillet). Majority of Public Disapproves of Supreme Court's Decision To Overturn Roe v. Wade. *Pew Research Center - U.S. Politics & Policy*. <https://www.pewresearch.org/politics/2022/07/06/majority-of-public-disapproves-of-supreme-courts-decision-to-overturn-roe-v-wade/>
- Pew Research Center. (2023). *Americans' Dismal Views of the Nation's Politics*.
- Piurko, Y., Schwartz, S. H. et Davidov, E. (2011). Basic Personal Values and the Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries. *Political Psychology*, 32(4), 537-561. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2011.00828.x>
- Polarisation. (2022). Dans *CRNTL*. Récupéré le 13 août 2022 de <https://www.crntl.fr/definition/polarisation>
- Progressiste. (2022). Dans *CRNTL*. Récupéré le 13 août 2022 de <https://www.crntl.fr/definition/progressiste>
- Quigley, B. (2017). The Blueprint for the Most Radical City on the Planet. *Common Dreams*. <https://www.commondreams.org/views/2017/10/19/blueprint-most-radical-city-planet#>.
- Rafferty, J. P. (s. d.). Women's March [Definition, Attendance & Facts]. <https://www.britannica.com/event/Womens-March-2017>

- Rasulo, M. (2020). "Experience Doesn't Pay the Bills" Exploring the Identity-Populism Nexus in Alexandria Ocasio-Cortez's Political Activism. *Iperstoria*, (15). <https://doi.org/10.13136/2281-4582/2020.i15.599>
- R.E. Fulton. (2024, 15 avril). The Abortion Fight Is a War on Poor Women. *Time*. <https://time.com/6966423/abortion-fight-history-war-on-women/>
- Revault d'Allonnes, M. (1999). *Le dépérissement de la politique. Généalogie d'un lieu commun*. Aubier-Flammarion. <https://editions.flammarion.com/le-deperissement-de-la-politique/9782700736748>
- Riutort, P. (2010). *Sociologie de la communication politique*. La Découverte. [https://www.editions.ladecouverte.fr/sociologie\\_de\\_la\\_communication\\_politique-9782348057793](https://www.editions.ladecouverte.fr/sociologie_de_la_communication_politique-9782348057793)
- Robertson, S. P., Douglas, S., Maruyama, M. et Semaan, B. (2013). Political discourse on social networking sites: Sentiment, in-group/out-group orientation and rationality. *Information Polity*, 18(2), 107-126. <https://doi.org/10.3233/IP-130303>
- Rodriguez, N. S. et Goretti, N. (2022). From Hoops to Hope: Alexandria Ocasio-Cortez and Political Fandom on Twitter. *International Journal of Communication*, 16(0), 20.
- Rosa, H. (2012). *Aliénation et accélération : Vers une critique théorique de la modernité tardive*. La Découverte.
- Samuel, L. R. (2012). *The American Dream: A Cultural History*. Syracuse University Press.
- Sanders, B. (2022). *Medicare for All*. Bernie Sanders Official Website. <https://berniesanders.com/issues/medicare-for-all/>
- Schaeffer, K. (2023, 9 janvier). U.S. Congress continues to grow in racial, ethnic diversity. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2023/01/09/u-s-congress-continues-to-grow-in-racial-ethnic-diversity/>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. Dans M. P. Zanna (dir.), *Advances in Experimental Social Psychology* (vol. 25, p. 1-65). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Seargeant, P. (2020). *The art of political storytelling: why stories win votes in post-truth politics*. Bloomsbury Academic. <http://public.eblib.com/choice/PublicFullRecord.aspx?p=6178057>
- Seignour, A. (2011). Méthode d'analyse des discours. L'exemple de l'allocution d'un dirigeant d'entreprise publique. *Revue française de gestion*, 211(2), 29-45.
- Seikkula, M. (2022). Affirming or contesting white innocence? Anti-racism frames in grassroots activists' accounts. *Ethnic and Racial Studies*, 45(5), 789-808. <https://doi.org/10.1080/01419870.2021.1897639>

- Shah, H. (2003). Communication and Nation Building: Comparing US Models of Ethnic Assimilation and 'Third World' Modernization. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 65(2), 165-181. <https://doi.org/10.1177/0016549203065002004>
- Sidnell, J. (2023). *African American Vernacular English (Ebonics)*. Université d'Hawaii. <https://www.hawaii.edu/satocenter/langnet/definitions/aave.html>
- Sim, Y., Acree, B. D. L., Gross, J. H. et Smith, N. A. (2013). Measuring Ideological Proportions in Political Speeches. Dans *Proceedings of the 2013 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing* (p. 91-101). Association for Computational Linguistics. <https://aclanthology.org/D13-1010>
- Sisco, T. et Lucas, J. (2015). "Flawed Vessels" : Media framing of feminism in the 2008 presidential election. *Feminist Media Studies*, 15(3), 492-507. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.947521>
- Smeeding, T. M. (2005). Public Policy, Economic Inequality, and Poverty: The United States in Comparative Perspective\*. *Social Science Quarterly*, 86(s1), 955-983. <https://doi.org/10.1111/j.0038-4941.2005.00331.x>
- Spivak, G. C. (2008). More Thoughts on Cultural Translation. Available in [http://translate.eipcp.net/transversal/0608/spivak/en/#\\_ftn3#\\_ftn3](http://translate.eipcp.net/transversal/0608/spivak/en/#_ftn3#_ftn3). <https://transversal.at/transversal/0608/spivak/en>
- Stamatopoulou, E. (2023). Time, Politics, and Linguistic Human Rights : bringing words to our songs. Dans R. Phillipson et T. Skutnabb-Kangas (dir.), *The Handbook of Linguistic Human Rights* (p. 195-209). Wiley-Blackwell. [https://www.academia.edu/94566698/Time\\_Politics\\_and\\_Linguistic\\_Human\\_Rights](https://www.academia.edu/94566698/Time_Politics_and_Linguistic_Human_Rights)
- Steger, W. P. (1999). The Permanent Campaign: Marketing from the Hill. Dans B. I. Newman, *The Handbook of political marketing*. SAGE Publications.
- Street, J. (1997). *Politics and Popular Culture*. Polity Press.
- Street, J. (2000). "Prime Time Politics": Popular Culture and Politicians in the UK. *Javnost - The Public*, 7(2), 75.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Sunrise Mouvement. (s. d.). *À propos de Sunrise Mouvement [À propos]*. Sunrise Movement. Récupéré le 22 mai 2024 de <https://www.sunrisemovement.org/fr/about/>
- Sunstein, C. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton UP. <https://press.princeton.edu/books/hardcover/9780691175515/republic>
- Suozi, T. (2016). Policy prescription for solving tough issues in Congress: 'Love Thy Neighbor'. *The Hill*. <https://thehill.com/blogs/congress-blog/politics/309481-policy-prescription-for-solving-tough-issues-in-congress-love/>

- Tarrow, S. (1998). *Power in Movement* (2e édition). Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/core/books/power-in-movement/E9FC85E59075F0705549710D6A8BD858>
- Taylor, M. (2000). Toward a Public Relations Approach to Nation Building. *Journal of Public Relations Research*, 12(2), 179-210. [https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1202\\_3](https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1202_3)
- Tenpas, K. (2000). The American Presidency: Surviving and Thriving Amidst the Permanent Campaign. Dans N. Ornstein et T. Mann (dir.), *Permanent Campaign and Its Future* (p. 108-133). DC: Brookings Institution Press.
- The Presidency Project. (s. d.). Transcription du discours d'inauguration de FDR du 4 mars 1933. <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/inaugural-address-8>
- Turbide, O. (2004). Pour un cadre d'analyse du discours populiste : une approche linguistique. Dans *Actes des XVIIes Journées de linguistique* (p. 23-35).
- Turbide, O. (2009). *La performance médiatique des chefs politiques lors de la campagne électorale de 2003 au Québec : description et évaluation des images construites en situation de débat télévisé, d'entrevue d'affaires publiques et de talk show*. [Thèse, Université Laval].
- Turbide, O. (2018). " Faire l'Histoire " aujourd'hui: défis de l'allocution publique face à l'évolution des pratiques de communication politique. Dans A.-M. Gingras (dir.), *Histoires de communication politique. Pratiques et état des savoirs*. Presse de l'Université du Québec.
- Turbide, O. et Duval, D. (2022). Le discours. Dans *Évaluer la communication des organisations. 7 concepts et leurs mesures*. (Communication relations publiques, p. 111-134). Presse de l'Université du Québec.
- Turbide, O. et Maxwell, T. (2020). Les régimes de rationalité en environnement à travers le prisme des valeurs. *Argumentation et Analyse du Discours*, (25). <https://doi.org/10.4000/aad.4432>
- Turbide, O., Vincent, D. et Laforest, M. (2008). Les « X » à Québec : La construction discursive d'un groupe exclusif. *Recherches sociographiques*, 49(1), 87-112. <https://doi.org/10.7202/018195ar>
- Valle, G. D. (2024, 4 mai). The Alexandria Ocasio-Cortez You Don't Know. *The New York Times*, Opinion. <https://www.nytimes.com/2024/05/04/opinion/alexandria-ocasio-cortez.html>
- Van Acker, E. H. (2003). Portrayals of Politicians and Women's Interests: Saviours, « Sinners », and « Stars ». Australasian Political Studies Association Conference. <https://research-repository.griffith.edu.au/handle/10072/1870>
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheafer, T. et Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1288551>

- Van Dijk, T. A. (2006). Politics, Ideology, and Discourse. Dans *Encyclopedia of Language & Linguistics* (p. 728-740). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00722-7>
- Van Zoonen, L. (2005). *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Rowman & Littlefield.
- Van Zoonen, L. et Holtz-Bacha, C. (2000). Personalisation in Dutch and German Politics: The Case of Talk Show. *Javnost - The Public*, 7(2), 45-56. <https://doi.org/10.1080/13183222.2000.11008743>
- Vasko, V. et Trilling, D. (2019). A permanent campaign? Tweeting differences among members of Congress between campaign and routine periods. *Journal of Information Technology & Politics*, 16(4), 342-359. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1657046>
- Vincent, D. (2001). Les enjeux de l'analyse conversationnelle ou les enjeux de la conversation. *Revue québécoise de linguistique*, 30(1), 177-198.
- Vion, R. (1995). La gestion pluridimensionnelle du dialogue. *Cahiers de Linguistique Française*, 17, 179-203.
- Widmer, J. (2010). *Discours et cognition sociale. Une approche sociologique*. Éditions des Archives contemporaines.
- Wodak, R. (1999). Critical Discourse Analysis at the End of the 20th Century. *Research on Language and Social Interaction*, 32(1-2), 185-193.
- Wu, N. et Carney, J. (2023, 2 avril). From agitator to insider: The evolution of AOC. *POLITICO*. <https://www.politico.com/news/2023/04/02/alexandria-ocasio-cortez-interview-progressive-democrats-00088792>