

Quand la presse titille le pouvoir...

Laurent D'Altoe ■ Mars 2017

Quel est le point commun entre François Fillon, candidat de la droite et du centre à l'élection présidentielle française et Donald Trump, nouveau président des Etats Unis ? Une aversion assumée envers la presse et les médias... Surtout quand ces derniers « osent » penser différemment d'eux ou dénoncer certains de leurs agissements. Bref, quand la presse joue son rôle de 4^{ème} pouvoir. Voyage au pays des contre-vérités et de la mauvaise foi érigée en système de défense.

Lorsqu'il était en campagne, le milliardaire américain Donald Trump n'a jamais caché son aversion envers les médias. Enfin, plutôt envers les médias qui osent critiquer son programme et sa politique.

Un exemple frappant : lors de l'investiture du nouveau président des Etats Unis en janvier dernier, plusieurs journalistes ont souligné, photographiés à l'appui, la différence notable de foule assistant à cette cérémonie par rapport au nombre de personnes qui étaient venues pour saluer l'élection du précédent président américain, Barack Obama¹. Niant l'évidence, le nouveau locataire de la Maison-Blanche a alors affirmé que ces journalistes étaient « *les êtres humains les plus malhonnêtes de la planète* ». Rien que ça...

Une hostilité largement partagée par les membres de l'équipe Trump, tel l'obscur conseiller, Steve Bannon : « *Pour Bannon, les médias, sans distinction, représentent la véritable opposition à Trump. Plus encore que les responsables démocrates. Les journalistes ont été des militants "pro Clinton" qui se retrouvent humiliés aujourd'hui par l'élection de son poulain. Ce bras de fer avec les médias avait commencé dès l'entrée en campagne de Donald Trump. Au vu de ces déclarations, on se dit qu'il devrait durer pendant tout son mandat.* »²

Même attitude quand plusieurs médias américains ont évoqué les liens supposés avec Moscou : « *Le milliardaire new-yorkais, visiblement furieux de la diffusion de ces allégations, a volé dans les plumes du site Buzzfeed mais aussi d'un reporter de CNN. La chaîne d'information n'a pas publié les 35 pages mais a rapporté mardi que les chefs du renseignement américain en avaient présenté un résumé de deux pages vendredi dernier lors d'une rencontre avec Trump, ce que son entourage a démenti.* »³

On pourrait multiplier les exemples « trumpesques » à volonté mais d'ores et déjà, la stratégie apparaît clairement : face à un monde de l'information plus que méfiant vis-à-vis de sa gestion du pays, le nouveau président joue sur plusieurs points :

- Démentir, même en dépit de l'évidence, comme ce fut le cas lors de l'estimation du nombre de personnes présentes lors de son investiture.
- Proposer des faits et informations « *alternatives* » (« *alternative facts* ») qui consistent le plus souvent en des affirmations non-contrôlées.
- Tout traiter par le tweet. En 140 caractères, Donald Trump aligne coups bas et mauvaise foi assumées en prétendant s'adresser directement « *au peuple* ». Cette manière de communiquer vise avant tout la partie de son électorat qui se revendique « *anti-système* » et qui considère que les médias classiques sont à la solde des « *élites de Washington* ».
- Plus grave encore, le nouveau président de la première puissance mondiale qui, rappelons-le n'avait jamais fait de politique auparavant, a importé des codes de télé-réalité dans la sphère politique. Dans ce monde factice télévisé qu'il affectionne tant : rien n'est vrai, tout est spectacle et faux-semblants. Tout n'est que réaction sans prendre le temps de l'analyse et du recul.

¹ Photos comparatives visibles sur le site suivant : <https://www.pressreader.com/>

² <http://www.europe1.fr/emissions/le-fait-medias-du-jour/trump-et-les-medias-le-bras-de-fer-continue-2962259>

³ « Furieux, Donald Trump dénonce les « fausses informations » le liant à Moscou », Le Figaro, 11/01/2017.

-Enfin, autre technique éprouvée : accuser les journalistes de camoufler aux Américains plusieurs faits, comme l'affirmait son administration pour certains attentats que les médias américains n'auraient, soi-disant, pas suffisamment couverts.

Le candidat Fillon s'y met aussi

De l'autre côté de l'Atlantique, au moment de la campagne pour l'élection présidentielle française, on a assisté, toute proportion gardée, au même type de réflexe. Lorsque la presse (le journal « Le Canard Enchaîné ») a rendu public les soupçons d'emplois fictifs impliquant François Fillon, son épouse et, dans un deuxième temps, ses enfants. Le candidat de la droite et du centre s'est insurgé contre les médias, les accusant de mentir et d'œuvrer pour le déstabiliser, les accusant de manière à peine voilée d'être au service du président sortant. Face à l'ampleur du « Penelopegate », François Fillon n'a cessé de se présenter en victime d'une cabale sans précédent contre lui. *« Ensuite, il est faux d'affirmer que ce serait sans précédent sous la Vème République. C'est l'inverse ! De Markovic à Clearstream en passant par les diamants de Bokassa ou les emplois fictifs de la ville de Paris, il n'est quasiment pas une campagne présidentielle qui n'ait été ponctuée par son affaire. Enfin, il utilise une ficelle éculée : dénoncer la presse quand elle enquête sur vous. Or il est sain que la presse vous « passe au scanner » quand vous êtes candidat à la fonction suprême. Ça s'appelle un garde-fou démocratique. Et si la presse insiste et donne l'impression de s'acharner, c'est parce que les réponses ne sont pas venues sur la réalité du travail effectué par Pénélope Fillon ».*⁴

Ces exemples récents montrent à quel point les relations entre médias et monde politique sont compliquées et régulièrement conflictuelles. Les récentes attaques, en particulier contre la presse écrite, montrent bien que le « 4^{ème} pouvoir » n'est pas mort. En effet, les médias ne sont jamais autant ciblés que lorsqu'ils proposent une vérité qui dérange les pouvoirs en place.

C'est d'ailleurs là tout le piquant de l'affaire : on reproche (parfois à juste titre) une trop grande collusion des médias connus avec les décideurs économiques et sociaux. Or, quand les journalistes décident de faire leur boulot, ils sont « fusillés » par les femmes et hommes politiques qui n'ont plus l'habitude de se faire ainsi « allumer » par ceux qu'ils pensaient dociles.

La presse, TV, radio... sont loin d'être parfaites (elles ne l'ont d'ailleurs jamais été) mais que deviendraient nos démocraties sans l'information ?

Accuser ces mêmes médias de « malhonnêteté » reviendrait à supprimer le messenger porteur d'une mauvaise nouvelle, plutôt que d'affronter cette dernière⁵. Peu productif...

⁴ A écouter sur France Inter : <https://www.franceinter.fr/emissions/la-mecanique-mediatique/la-mecanique-mediatique-10-fevrier-2017>

⁵ Pendant la guerre de Troie, Cassandre prévint les Troyens qu'une grande menace les concernait. Plutôt que d'affronter ces mauvaises nouvelles, ils préférèrent tuer le porteur de ces mauvaises nouvelles.

Effet boomerang...

Et si les derniers évènements aux USA et en France –pour ne parler que de ces deux pays-, permettaient au journalisme de retrouver une place réelle dans le traitement sérieux de l'information ? Car il ne faut pas davantage se bercer d'angélisme : en rognant les différences idéologiques, en privilégiant « *l'air du temps* » libéral et en transformant toute contestation de gauche en un délire ringard, les médias dominants ont, eux aussi, leur part de responsabilité, comme le rappelait Frédéric Lordon : *« Or l'étouffement systématique de la différence de gauche, celle qui s'en prendrait ouvertement à la mondialisation libérale, qui fracturerait le verrou à toute politique progressiste possible de l'euro, qui contesterait l'emprise du capital sur toute la société, et même : remettrait en question les droits de la propriété lucrative sur les moyens de production, organiserait juridiquement le contrôle politique des producteurs sur leur activité, cet étouffement ne laisse ouvert que le soupirail de l'extrême droite, porte des Trump au pouvoir car ceux-ci arrivent lancés avec bien plus d'avance que des Sanders, dont les médias, en effet, ont tout fait pour qu'il ne vienne pas déranger la candidate chérie. »*⁶

Mais ici encore, il faut se garder de tout manichéisme : accuser la presse d'avoir « *fabriqué* » seule un Trump ou une Marine Le Pen ravalerait les électeurs au rang de veaux décérébrés, insensibles aux facteurs économiques et sociaux. Ce qui reviendrait à alimenter ce discours de « *l'élite* » contre la « *périphérie* », si propice à l'émergence du désespoir.

Finalement, il est ironique de voir que ces contraintes libérales ont elles-mêmes sapé l'assise économique des médias qui chantaient leurs louanges. Car les collusions et pressions exercées sur le monde de l'information semblent de peu de poids face aux menaces financières qui pèsent sur les « *faiseurs d'infos* » : précarisation du métier de journaliste, concentration au sein de grands groupes capitalistes... Autant d'Épées de Damoclès qui pendent au-dessus de l'information.

⁶ Frédéric Lordon : « Politique post-vérité ou journalisme post-politique ? », Le Monde Diplomatique, 22/11/2016.