

Ou bien les médias, ou bien la raison ?

Les médias (et semble-t-il de toutes tendances) commentent les actes du président de telle manière que, si on les croit, on ne peut se défendre de l'idée que le président a perdu la main, autant qu'il a perdu l'initiative. Mais que vaut cette unanimité ?

Exprime-t-elle la volonté de puissance unanime des médias ? Ou reflète-t-elle la maladresse soudaine d'un démagogue qui décroche, d'un aventurier chanceux que la chance abandonne, d'un ambitieux de haut vol qui se casse le cou, incapable de faire correctement le difficile travail d'une très haute fonction à laquelle il n'aurait jamais dû aspirer, et à laquelle on n'aurait jamais dû l'élire ?

Une démocratie durable se caractérise par un marché politique efficient, qu'il est impossible de confondre avec un cirque ou un casino, un théâtre, ou un hippodrome. Pour que le marché politique sanctionne et trie, évalue et élimine, contrecarre par sa logique et ses automatismes l'excès d'arrivisme partisan, ou l'emballement de l'opinion, il faut certainement réformer le business médiatique.

Quand vous avez perdu la faveur, rien ne vous profite

Il y a deux semaines, Barack Obama a fait le procès des médias. Mais pour être crédible dans la critique du système médiatique, il faudrait ne pas en avoir joué le jeu et ne pas en avoir tiré

autant de profits. Il ne faudrait pas se mettre à contester la règle en mauvais joueur, au moment où l'on ne gagne plus. Depuis qu'il les a attaqués, les médias sont sur lui avec de plus en plus d'audace.

Il y a une semaine, les démocrates ont cessé de défendre leur bilan et leurs idées, pour adopter une stratégie plus agressive, mais sommaire : eux sont le parti des maigres, les républicains le parti des gros, de Wall Street, du big business. Cette rhétorique est tombée à plat, précisément parce que lors des primaires, les conservateurs ont voté contre Wall Street et pour désigner des candidats représentant beaucoup plus les couches moyennes, le petit business et les jobs. Ces gens, inexpérimentés, non médiatiques, et dont les médias se moquent souvent, inspirent confiance au peuple, qui va les élire, contre les médias. Et une classe moyenne sensée fait infiniment plus confiance au petit patron qu'au grand journaliste.

Il y a deux ou trois jours, enfin, le président a lancé une nouvelle offensive. Les candidats républicains seraient financés par de l'argent étranger (russe ou chinois...). Il n'y a pour l'instant aucune preuve de ces allégations. Certains soulignent que le président devient « pathetic ». Au lieu de laisser faire (à la rigueur) ce genre de travail par des sbires, il paye de sa personne et y perd sa stature. De toute façon, quand avec 9,6% de chômeurs, une situation de l'emploi qui s'aggrave, et un déficit record, on en est réduit à désigner ses adversaires comme le parti de l'étranger, c'est probablement qu'on est au bout du rouleau.

Comment juger un homme en vérité ?

□

La longue dégringolade du président Obama tient aussi à l'image qu'on se fait de sa personnalité. On lit ainsi sur le grand site RealClearPolitics.com dans un [article en ligne](#), que je résume : « A l'exception du petit nombre des purs loyalistes, la plupart des élites politiquement engagées sont parvenues à la même conclusion : la Maison Blanche est autiste et orgueilleuse, isolée, insulaire, arrogante, dépourvue d'aptitude à persuader, ou même à vivre

et coopérer avec les autres, qu'il s'agisse des membres du Congrès, des médias, des chefs d'entreprise et du business, ou des électeurs de la classe laborieuse. »

Que vaut cette vue ? Cette vue est générale, prétend l'article, incluant beaucoup de responsables démocrates, que ceux-ci soient hommes d'affaires, juristes ou politiciens, anciens donateurs en 2008 et même serviteurs de l'exécutif, juste au delà du tout premier cercle – ce premier cercle qui est aujourd'hui démissionnaire. Ce qui signifie, ou que le président est forcé de se séparer de ses fidèles, ou qu'il est abandonné même par eux. Mais jusqu'à quel point est-ce vrai ?

Si l'on résume tant et tant de pages, de discours, d'images, on se dit presque que la seule chose qu'Obama sache réellement bien faire, c'est de tenir des meetings de masse et fasciner des foules de jeunes en leur faisant de l'émotif. On dit qu'il joue de sa voix au ton inoubliable, tellement inoubliable, et de son charisme de sympathie, tellement irrésistible, que le sens des mots n'a strictement aucune importance. Mais qu'est-ce que cela, sinon la description du produit qui correspond aux besoins du business model des médias ?

Obama dit aux jeunes : « Si vous ne votez pas démocrate en novembre, c'est que vous n'étiez pas sérieux quand vous avez voté pour moi. » Et tel journal conservateur sympathisant avec le Tea Party, conclut que les jeunes, après un moment de folie, sont en train de devenir sérieux. L'inflexion du ton des commentaires depuis six semaines est très sensible. On a l'impression qu'une rupture se consomme, si profondément qu'on voit mal comment il pourrait y avoir retour.

Malgré son impopularité croissante et malgré la faible estime pour sa compétence, beaucoup continuent (ce n'est pas contradictoire) à le trouver très sympathique. Mais s'ajoutent maintenant à tout ce qu'on a dit certains comportements de nouveau riche, qui soulèvent murmures et indignation au sein de la classe moyenne. Les gens posent des questions, qu'ils disent sans réponse : qui a payé ses études et celles de sa femme ? Pourquoi ne retrouve-t-on pas son dossier et ses notes ? Etc.

Tout cela, dont les gens moyens parlent entre eux, n'est peut-être que ragots, et ne se trouve pas dans la presse, laquelle ne fait allusion qu'à un goût prononcé pour le golf et pour les vacances. Les faiblesses trop humaines de l'ex-demi-dieu, si elles étaient réelles, seraient des munitions trop précieuses, pour ne pas être gardées soigneusement en réserve en vue des campagnes présidentielles à venir.

L'éclatement d'une bulle médiatique

Ce qui me frappe, en tout cela, c'est que la presse et les médias, après avoir exalté Obama comme un surhomme, le traitent désormais comme un paria. Résultat : sur le site www.RealClearPolitics.com

, le titre d'un article : « Obama dans les mâchoires de la mort politique. » Dans les mâchoires des médias, assurément. Quand on explore la rubrique, le titre de l'article est plus neutre : « Pourquoi Obama perd la guerre politique. »

Je suis effaré par la façon dont on s'exprime sur son compte sur la radio locale, présélectionnée sur l'autoradio de la Toyota que j'ai louée. Après avoir créé et érigé l'idole, les médias se délectent à la renverser et à la pulvériser. Cela n'empêche d'ailleurs pas qu'il soit possible, aux Etats-Unis, si on le souhaite, d'avoir accès assez aisément à de l'information excellente.

La question qui se pose en définitive est la suivante : « Quel est globalement le droit des médias à critiquer ainsi leur création ? » Sans eux, Barack Obama ne serait jamais sorti de l'ombre, eux dont le fonctionnement est tellement irrationnel qu'ils empêchent le fonctionnement rationnel d'une démocratie durable.

On présume aujourd'hui que le président Obama n'est probablement pas l'homme qu'il faut à l'endroit où il faut, mais à qui la faute, s'il est là où il est ? A qui doit-on l'inhibition totale de

l'esprit critique pendant l'année de l'élection et celle qui a suivi ? A qui doit-on la création et la diffusion instantanée d'une religion mondiale d'un dieu mortel à l'existence aussi éphémère ?

Bien sûr que le président Obama est une bulle politique en train d'éclater, mais que faut-il penser de la responsabilité des médias qui lui font aujourd'hui la morale, et de la tragique inefficience du marché politique ? Il y a quand même autre chose que le jeu des apparences dans la vie démocratique : des jobs à créer, une guerre qui se traîne, des gens qui y meurent. Les démocraties médiatiques ne sont pas durables. Les démocraties dureront en réformant les médias.