



La démocratie occidentale en crise

Par [Djamel Labidi](#)

Mondialisation.ca, 04 avril 2017

[Le Quotidien d'Oran](#) 30 mars 2017

Région : [L'Europe](#)

Thème: [Désinformation médiatique](#),
[Histoire, société et culture](#)

Analyses: [Élections en Europe](#)

Comme l'avaient fait les élections présidentielles américaines, les élections présidentielles françaises révèlent la crise actuelle de la démocratie occidentale. Mais cela avait été déjà le cas en Grèce, en Italie, en Espagne à partir de 2011 avec l'apparition de nouveaux mouvements, en dehors des partis et des formes d'organisation politiques traditionnels.

Le système du bipartisme, c'est à dire la gestion de la démocratie par deux partis, l'un plutôt qualifié de « droite » , l'autre plutôt de « gauche » , l'un plutôt nationaliste, l'autre plutôt social, ce système se lézarde. Ce qui se lézarde aussi c'est le système médiatico-politique qui a géré aux côtés du bipartisme, la démocratie occidentale. Ce système s'était d'abord développé après la deuxième guerre mondiale avec la généralisation de la radiodiffusion puis, et surtout, avec l'apparition et le développement de la télévision, d'abord aux USA puis dans le monde.

Il est aujourd'hui en crise sous les coups de boutoir d'une autre révolution technologique, elle aussi apparue d'abord aux USA, l'Internet et les technologies de l'information et de la communication. Ceci prouve encore une fois que la technologie est un élément révolutionnaire dans l'évolution de la vie sociale, depuis la roue jusqu' aux voyages dans l'espace.

Peu à peu le système médiatique s'est mis à vouloir remplacer l'opinion publique. Les plateaux de télé, les publics de télé ont remplacé l'expression directe. Les éditorialistes de télé se sont multipliés, confisquant l'opinion à longueur d'émission, touchant directement et instantanément des masses énormes d'hommes et de femmes à travers les médias, les chaînes d'information, disposant ainsi d'un pouvoir et d'une influence considérables, plus grande que celle des hommes politiques eux-mêmes et cela sans la légitimité d'être élu. Les débats d'opinion soigneusement organisés, avec des journalistes vedettes, des « experts », toujours les mêmes, vieillissant au fil des années devant des téléspectateurs de plus en plus las, ont remplacé peu à peu l'expression citoyenne. Les instituts de sondages sont venus compléter le système médiatico-politique, s'arrogeant de plus en plus de pouvoir, décidant de la signification des chiffres, s'érigent peu à peu en commentateurs politiques.

Auto-intoxication

En construisant de l'opinion une image de plus en plus arrangée, corrigée, souhaitée, les médias risquaient de s'auto intoxiquer eux-mêmes. C'est ce qui est arrivé comme l'a montré le résultat de l'élection aux USA ou le résultat inattendu du referendum sur l'Europe en Angleterre. Un peu partout aujourd'hui en Occident, les médias sont frappés de suspicion en même temps que les élites qui gravitent autour d'elles.

La crise actuelle de l'unité européenne interagit avec la crise de la démocratie occidentale. Le système médiatico-politique en avait fait la propagande acharnée, souvent d'ailleurs à contrecourant de larges courants de l'opinion européenne, notamment dans les nations qui ont le sentiment d'avoir peu à gagner à l'unité de l'Europe. Ceci s'est révélé en Angleterre avec le Brexit ou en France lors du referendum en mai 2005 sur la Constitution européenne. La manipulation et finalement l'annulation de fait, des résultats de ce referendum rétroagit sur la crise actuelle en France. L'opinion est largement convaincue que le pouvoir européen appartient à un appareil exécutif bureaucratique anonyme et illégitime .

Cette image d'une Europe unie, largement diffusée, notamment dans une opinion maghrébine et arabe admirative, est pour une grande part propagandiste. L'unité européenne semble être destinée à devoir éclater sous l'action de facteurs centrifuges. Les facteurs d'unité y sont trop faibles. L'Europe a été longtemps un chaudron de haine avec des guerres incessantes qui ont laissé des traces durables. Sur le plan civilisationnel, elle est écartelée entre deux aires culturelles, l'une anglo-saxonne, l'autre latine. De nombreux pays européens ont leur cohésion fragile. Seule la prospérité économique, et la domination sur d'autres régions du monde, a permis jusqu'à présent de colmater les failles et de masquer des différences régionales ou mêmes nationales profondes. C'est le cas de la Belgique où le clivage wallon- flamand est profond, celui de la Suisse où les oppositions entre germanophones et francophones, et notamment leurs élites respectives sont parfois intenses. Au Royaume Uni, Ecossais et Anglais partagent une histoire pleine d'affrontements. On vous signalera en souriant que les Ecossais lèvent leur verre à chaque défaite d'une équipe sportive anglaise . Un peu partout ailleurs il y a des identités régionales très fortes. Le risque est grand, à l'apparition de crises économiques majeures, de voir toutes ces forces centrifuges se révéler .

En France actuellement, le système médiatico-politique est tellement déconsidéré qu'aucun candidat à la présidentielle n'ose s'en réclamer. Il y a quelques années pourtant, il semblait tout puissant lorsque, par exemple, l'humoriste Dieudonné avait été la cible des médias pour avoir osé nommer ce système et l'affronter (1). Aujourd'hui tous les candidats à la présidentielle se présentent comme des candidats « antisystème ». Le système est remis en question par les candidats de la « droite », comme de la « gauche » ou du « centre », si tant est que ces classifications ont aujourd'hui un sens dans un système politique en pleine recomposition. Pour faire court , après l'effondrement de la présidence de François Hollande, faute d'une « révolution » de « gauche », une révolution de « droite » est proposée sous les traits de François Fillon ou de Marine Le Pen .

Ce qui est certain, c'est que le bipartisme a éclaté. C'est ce qui crée cette atmosphère incertaine, où personne ne sait qui va l'emporter , où le facteur personnel de chaque candidat joue un grand rôle, et où le moindre évènement peut faire basculer les positions.

Dans un tel contexte, et malgré la campagne médiatique en faveur d' Emmanuel Macron, et l'image donnée de la situation par les médias et les instituts de sondage, c'est François Fillon qui semble, jusqu'à présent, en meilleure position de l'emporter . Sauf rebondissement inattendu dans un contexte aussi instable , ce serait une sorte de victoire par défaut par rapport aux quatre autres principaux candidats. En s'attaquant à lui sans arrêt, et non à Marine Le Pen, les médias l'ont mis au centre de la présidentielle et ont souvent abouti à l'effet inverse, vu la méfiance à leur égard dans de larges secteurs de l'opinion française. Par sa ténacité , François Fillon a pu maintenir en définitive l'unité de la droite . Ce n'est pas le cas de la gauche qui reste divisée entre Jean-Luc Mélenchon et Benoit Hamon. Pour Marine Le Pen, il faudrait un bouleversement encore plus grand de la

sociologie politique française pour qu'elle puisse l'emporter. Pour Emmanuel Macron, une fois devant les urnes, il semble difficile que l'électorat français vote pour quelqu'un de si jeune, dans un pays où culturellement la responsabilité à ce niveau est associée à la sagesse et à l'autorité de l'âge et de l'expérience.

En tous cas, pour les pays émergents économiquement mais aussi démocratiquement comme le nôtre, où la diversité des médias représente un progrès majeur pour la richesse de l'expression, il y a à réfléchir sur l'expérience de ceux qui nous ont précédés dans cette voie. Il y a notamment à tirer les leçons de cette crise de la démocratie occidentale et du rôle joué dans l'animation de la démocratie par les médias. Cette crise va évoluer et avec elle le rôle des partis politiques, les formes de la participation des citoyens à la vie démocratique en parallèle avec l'évolution des moyens de communication et d'expression. On ne peut évidemment savoir les formes que cela prendra. En tout cas une chose est sûre et qui devrait être une leçon pour tous les communicants : cette ambition de certains propriétaires de médias d'être le pouvoir des pouvoirs, celui qui agit directement sur les esprits et les formate, ne s'est pas, à terme, réalisée. Quand les médias veulent forcer l'opinion, celle-ci se retourne contre eux surtout quand elle a d'autres alternatives comme c'est le cas aujourd'hui . La formation de l'opinion répond à des mécanismes bien plus complexes que le fonctionnement du système médiatique. Les médias ne font pas l'opinion ou, ce qui revient au même, ils ne peuvent l'influer que s'ils l'expriment. Une leçon qui , au fond, incite à l'optimisme.

Djamel Labidi

-
- « *Dieudonné ou David Contre Goliath* », Djamel Labidi, le Quotidien d'Oran, 16 Janvier 2014

[Paru dans le Quotidien d'Oran du 30 mars 2017](#)

La source originale de cet article est [Le Quotidien d'Oran](#)

Copyright © [Djamel Labidi](#), [Le Quotidien d'Oran](#), 2017

Articles Par : [Djamel Labidi](#)

Avis de non-responsabilité : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexactes.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](#) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](#) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez :

media@globalresearch.ca

[Mondialisation.ca](http://mondialisation.ca) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca