

Extrait du El Correo

<https://www.elcorreo.eu.org/Quinze-raisons-pour-lesquelles-les-medias-ne-font-pas-de-journalisme>

Quinze raisons pour lesquelles les médias ne font pas de journalisme

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : vendredi 9 juin 2023

Description :

Quinze raisons pour lesquelles les médias ne font pas de journalisme. Il existe un réseau de facteurs beaucoup moins centralisé qui fait pencher la balance de la couverture médiatique à l'avantage de l'empire américain et des forces qui en bénéficient (...) Caitlin Johnstone -

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Il existe un réseau de facteurs beaucoup moins centralisé qui fait pencher la balance de la couverture médiatique à l'avantage de l'empire américain et des forces qui en bénéficient.

Si vous observez les médias occidentaux d'un oeil critique, vous finirez par remarquer que leurs reportages s'alignent systématiquement sur les intérêts de l'empire centralisé des États-Unis, de la même manière que vous vous attendriez à ce qu'ils le fassent s'ils étaient des organes de propagande dirigés par le gouvernement.

Le *New York Times* a toujours soutenu toutes les guerres menées par les États-Unis. Les médias occidentaux se concentrent massivement sur les manifestations à l'étranger contre les gouvernements que les États-Unis n'aiment pas, tout en accordant beaucoup moins d'attention aux manifestations généralisées contre les gouvernements alignés sur les États-Unis. La seule fois où Trump a été universellement couvert d'éloges par les médias a été lorsqu'il a bombardé la Syrie, tandis que la seule fois où Biden a été universellement critiqué par les médias a été lorsqu'il s'est retiré de l'Afghanistan.

Les médias des États-Unis d'Amérique ont si bien réussi à associer Saddam Hussein aux attentats du 11 septembre dans l'esprit du public avant l'invasion de l'Irak que sept USAméricains sur dix croyaient encore qu'il était lié au 11 septembre plusieurs mois après le début de la guerre.

L'existence de cette partialité extrême est évidente et indiscutable pour quiconque y prête attention, mais le pourquoi et le comment sont plus difficiles à percevoir. L'uniformité est si complète et si cohérente que lorsque les gens commencent à remarquer ces schémas, il est courant qu'ils supposent que les médias doivent être contrôlés par une petite autorité centralisée, à l'instar des médias d'État des gouvernements plus ouvertement autoritaires. Mais si l'on cherche à comprendre pourquoi les médias agissent comme ils le font, ce n'est pas vraiment ce que l'on constate.

Il s'agit plutôt d'un réseau beaucoup plus vaste et beaucoup moins centralisé de facteurs qui font pencher la balance de la couverture médiatique à l'avantage de l'empire américain et des forces qui en bénéficient. Certains de ces facteurs sont en effet de nature conspiratoire et se produisent en secret, mais la plupart d'entre eux sont essentiellement exposés au grand jour.

Voici 15 de ces facteurs :

1. Propriété des médias.

Le point d'influence le plus évident dans les médias de masse est le fait que ces organes sont généralement détenus et contrôlés par des ploutocrates dont la richesse et le pouvoir reposent sur le statu quo dont ils bénéficient.

Jeff Bezos est propriétaire du *Washington Post*, qu'il a acheté en 2013 à la famille Graham, elle aussi immensément riche. *The New York Times* est dirigé par la même famille depuis plus d'un siècle. Rupert Murdoch possède un vaste empire médiatique international dont le succès est largement dû aux agences gouvernementales US avec lesquelles il est étroitement lié.

Posséder des médias a toujours été, en soi, un investissement susceptible de générer d'immenses richesses - «

c'est comme avoir une licence pour imprimer son propre argent », comme l'a dit un jour le magnat canadien de la télévision Roy Thomson.

Cela signifie-t-il que les riches propriétaires de médias se tiennent au-dessus de leurs employés et leur disent ce qu'ils doivent rapporter au jour le jour ? Non. Mais cela signifie qu'ils contrôlent qui dirigera leur média, ce qui signifie qu'ils contrôlent qui embauchera les cadres et les rédacteurs, qui contrôlent l'embauche de tous les autres employés du média.

Rupert Murdoch n'a probablement jamais annoncé dans la salle de rédaction les sujets de discussion et la propagande de guerre du jour, mais vous avez une chance inouïe de décrocher un emploi dans la presse Murdoch si vous êtes connu comme un anti-impérialiste qui brûle les drapeaux.

Ce qui nous amène à un autre point connexe :

2. « Si vous pensiez différemment, vous ne seriez pas assis là où vous êtes ».

Lors d'une discussion controversée entre Noam Chomsky et le journaliste britannique Andrew Marr en 1996, Chomsky a tourné en dérision la fausse image que les journalistes traditionnels ont d'eux-mêmes en tant que « profession de croisade » qui est « contradictoire » et « se dresse contre le pouvoir », affirmant qu'il est presque impossible pour un bon journaliste de le faire de manière significative dans les médias de masse du monde occidental.

- ▶ « Comment pouvez-vous savoir que je m'autocensure ? » a objecté M. Marr.
- ▶ « Comment pouvez-vous savoir que les journalistes sont... ? »

« Je ne dis pas que vous vous autocensurez », a répondu Chomsky. « Je suis sûr que vous croyez tout ce que vous dites. Mais ce que je dis, c'est que si vous croyiez quelque chose de différent, vous ne seriez pas assis là où vous êtes ».

Dans un essai de 1997, Chomsky a ajouté que « le fait est qu'ils ne seraient pas là s'ils n'avaient pas déjà démontré que personne n'a besoin de leur dire ce qu'ils doivent écrire parce qu'ils diront de toute façon la bonne chose ».

3. Les journalistes apprennent la pensée de groupe pro-établissement sans qu'on le leur dise.

Cet effet « vous ne seriez pas assis là où vous êtes assis » n'est pas seulement une théorie de travail personnelle de Chomsky ; les journalistes qui ont passé du temps dans les médias ont publiquement reconnu que c'est le cas ces dernières années, affirmant qu'ils ont appris très rapidement quels types de résultats aideront et entraveront leur progression dans la carrière sans avoir besoin d'être explicitement informés.

Lors de sa deuxième campagne présidentielle en 2019, le sénateur Bernie Sanders a rendu les médias furieux en accusant le *Washington Post* de partialité à son égard.

Quinze raisons pour lesquelles les médias ne font pas de journalisme

L'affirmation de Sanders était tout à fait correcte ; au cours de la période la plus chaude et la plus disputée de la primaire présidentielle de 2016, *Fairness and Accuracy In Reporting* a noté que le WaPo avait publié pas moins de seize articles diffamatoires sur Sanders en l'espace de seize heures. Le fait que Sanders ait souligné ce fait flagrant a déclenché une controverse émotionnelle sur la partialité des médias, qui a donné lieu à quelques témoignages de qualité de la part de personnes bien informées.

Parmi elles, l'ancienne journaliste de MSNBC Krystal Ball et l'ancien correspondant du *Daily Caller* à la Maison Blanche Saagar Enjeti ont expliqué les pressions subtiles exercées sur eux pour qu'ils adhèrent à l'orthodoxie de la pensée de groupe, dans un segment de l'émission en ligne Rising, diffusée par *The Hill*.

« Il y a certaines pressions pour rester en bons termes avec l'establishment afin de maintenir l'accès qui est l'élément vital du journalisme politique », a déclaré M. Ball dans cette séquence.

« Qu'est-ce que je veux dire par là ? Laissez-moi vous donner un exemple de ma propre carrière, car tout ce que je dis ici s'applique franchement à moi aussi. Début 2015, sur MSNBC, j'ai fait un monologue que certains d'entre vous ont peut-être vu, suppliant Hillary Clinton de ne pas se présenter. J'ai dit que ses liens avec l'élite n'étaient pas en phase avec le parti et le pays, que si elle se présentait, elle serait probablement la candidate et perdrait ensuite.

« Personne ne m'a censuré, j'ai été autorisé à le dire, mais par la suite, les Clinton ont appelé et se sont plaints auprès des dirigeants de MSNBC et ont menacé de ne plus me donner accès à l'émission pendant la campagne à venir. On m'a dit que je pouvais toujours dire ce que je voulais, mais que je devais obtenir l'autorisation du président de la chaîne pour tout commentaire lié à Clinton. En tant qu'être humain désireux de conserver son emploi, je suis certain que j'ai fait moins de commentaires critiques sur Clinton après cela que je ne l'aurais fait autrement.))

« C'est quelque chose que beaucoup de gens ne comprennent pas », a déclaré Enjeti.

« Ce n'est pas nécessairement que quelqu'un vous dise comment faire votre couverture, c'est que si vous faisiez votre couverture de cette manière, vous ne seriez pas embauché dans cette institution. Si vous n'entrez pas dans ce cadre, le système est conçu pour ne pas vous donner la parole. Et si vous le faisiez nécessairement, toutes les structures d'incitation autour de votre salaire, de votre promotion, de vos collègues qui vous tapent dans le dos, tout cela disparaîtrait. Il s'agit donc d'un système de renforcement, qui permet d'éviter de s'engager dans cette voie ».

« C'est vrai, et encore une fois, ce n'est pas nécessairement intentionnel », a ajouté Ball. « C'est parce que vous êtes entouré de ces gens-là, et il y a une pensée de groupe qui s'installe. Et vous êtes conscient de ce pour quoi vous allez être récompensé et de ce pour quoi vous allez être puni, ou non récompensé, comme cela joue définitivement dans l'esprit, que vous le vouliez ou non, c'est une réalité ».

Au cours de la même controverse, l'ancien producteur de MSNBC Jeff Cohen a publié un article dans Salon intitulé « Memo to mainstream journalists : Can the phony outrage ; Bernie is right about bias » dans lequel il décrit la même expérience de « groupthink » :

« Cela se produit à cause de la pensée de groupe. Cela se produit parce que les rédacteurs en chef et les producteurs savent - sans qu'on le leur dise - quels sujets et quelles sources sont hors limites. Il n'est pas nécessaire de donner des ordres, par exemple, pour que les journalistes de base comprennent que les affaires du patron de l'entreprise ou des principaux annonceurs sont interdites, sauf en cas d'inculpation criminelle.

« Aucun mémo n'est nécessaire pour parvenir à l'étrécissement de vue - en sélectionnant tous les experts habituels de tous les groupes de réflexion habituels pour dire toutes les choses habituelles. Pensez à Tom Friedman. Ou Barry McCaffrey. Ou Neera Tanden. Ou n'importe lequel des membres du club d'élite qui se sont avérés absurdement erronés à maintes reprises sur les affaires nationales ou mondiales ».

Matt Taibbi s'est également immiscé dans la controverse pour mettre en lumière l'effet de *groupthink* des médias, en publiant un article dans Rolling Stone sur la manière dont les journalistes en viennent à comprendre ce qui va ou ne va pas élever leur carrière dans les médias de masse :

« Les journalistes voient un bon journalisme d'investigation sur de graves problèmes structurels mourir sur pied, tandis que des montagnes de colonnes sont consacrées à des futilités comme les tweets de Trump et/ou à des intrigues partisans simplistes. Personne n'a besoin de faire pression sur qui que ce soit. Nous savons tous ce qui mérite ou non des félicitations dans les salles de rédaction. Et il est probablement utile de noter ici que Taibbi ne travaille plus pour Rolling Stone ».

4. Les employés des médias qui ne se conforment pas à la pensée de groupe s'épuisent et sont poussés vers la sortie.

Soit les journalistes apprennent à faire le genre de reportage qui fera avancer leur carrière dans les médias de masse, soit ils n'apprennent pas et ils restent marginalisés et ignorés, soit ils s'épuisent et démissionnent.

Le journaliste de NBC William Arkin a démissionné de la chaîne en 2019, critiquant NBC dans une lettre ouverte pour être constamment « en faveur de politiques qui ne font qu'engendrer plus de conflits et plus de guerres », et se plaignant que la chaîne avait commencé à « imiter l'État de sécurité nationale lui-même ».

M. Arkin a déclaré qu'il se retrouvait souvent comme une « voix solitaire » dans l'examen minutieux des différents aspects de la machine de guerre US, précisant qu'il « s'est disputé sans fin avec MSNBC sur toutes les questions de sécurité nationale pendant des années ».

« Nous avons contribué à transformer la sécurité nationale mondiale en une sorte d'histoire politique », écrit M. Arkin. « Je trouve décourageant que nous ne parlions pas des échecs des généraux et des responsables de la sécurité nationale. Je trouve choquant que nous approuvions essentiellement la persistance de la maladresse américaine au Moyen-Orient et maintenant en Afrique par le biais de nos reportages sans intérêt ».

Parfois, la pression est beaucoup moins subtile. Chris Hedges, journaliste lauréat d'un prix Pulitzer, a quitté le *New York Times* après avoir reçu une réprimande écrite officielle du journal pour avoir critiqué l'invasion de l'Iraq dans un discours prononcé au *Rockford College*, réalisant qu'il devrait cesser de parler publiquement de ce qu'il croyait ou qu'il serait licencié.

« Soit je me muselais pour être fidèle à ma carrière, soit je m'exprimais et je me rendais compte que ma relation avec mon employeur était en phase terminale », a déclaré M. Hedges en 2013. « À ce moment-là, je suis parti avant qu'ils ne se débarrassent de moi. Mais je savais que je n'allais pas pouvoir rester ».

5. Les employés des médias qui dépassent les bornes sont licenciés.

Cette mesure n'a pas besoin d'être appliquée souvent, mais elle se produit suffisamment souvent pour que les personnes qui font carrière dans les médias comprennent le message, comme lorsque Phil Donahue a été renvoyé de MSNBC pour s'être opposé au bellicisme de l'administration Bush avant l'invasion de l'Iraq, alors qu'il avait la meilleure audience de toute la chaîne, ou en 2018 lorsque Marc Lamont Hill, professeur à l'université de Temple, a

été renvoyé de CNN pour avoir soutenu la liberté des Palestiniens lors d'un discours aux Nations unies.

[EN LIGNE] : Comment le rédacteur en chef du CN a été renvoyé d'un média grand public pour sa couverture de l'Irak : IRAQ 20 YEARS : Joe Lauria - Covering the 'Vial Display'] (en anglais)

6. Les employés des médias qui suivent la ligne impériale voient leur carrière progresser.

Dans son livre « *War Journal : My Five Years in Iraq* », Richard Engel, de la NBC, écrit qu'il a fait tout ce qu'il pouvait pour aller en Irak parce qu'il savait que cela donnerait un coup de fouet à sa carrière, qualifiant sa présence sur place pendant la guerre de « coup d'éclat ».

« Dans la période précédant la guerre, il était clair que l'Irak était un pays où les carrières allaient se faire », écrit Richard Engel. « Je me suis faufilé en Irak avant la guerre parce que je pensais que le conflit marquerait un tournant au Moyen-Orient, où je vivais déjà depuis sept ans. En tant que jeune pigiste, je pensais que certains reporters mourraient en couvrant la guerre d'Irak, et que d'autres se feraient un nom ».

Ces propos nous éclairent sur la façon dont les journalistes ambitieux envisagent de gravir les échelons de leur carrière et sur l'une des raisons pour lesquelles ils sont toujours aussi enthousiastes à l'idée de faire la guerre. Si vous savez qu'une guerre peut faire avancer votre carrière, vous allez espérer qu'elle se produise et faire tout ce que vous pouvez pour la faciliter. Le système tout entier est conçu pour élever les pires personnes.

Engels est aujourd'hui le correspondant en chef de NBC pour les affaires étrangères.

7. Avec les médias publics et financés par l'État, l'influence est plus manifeste.

Nous avons donc parlé des pressions exercées sur les employés des médias dans les médias gérés par les ploutocrates, mais qu'en est-il des médias qui n'appartiennent pas à des ploutocrates, comme NPR et la BBC ?

La propagande prospère dans ces institutions pour des raisons plus évidentes : leur proximité avec les pouvoirs publics. Jusque dans les années 1990, la BBC laissait le MI5 contrôler ses employés en cas d'activité politique « subversive », et n'a officiellement modifié cette politique que lorsqu'elle s'est fait prendre.

Le PDG de la NPR, John Lansing, est directement issu des services de propagande officiels du gouvernement US, puisqu'il était auparavant PDG de l'Agence étasunienne pour les médias mondiaux - et il n'était pas le premier dirigeant de la NPR à avoir une longue expérience de l'appareil de propagande de l'État étasunien.

Avec des médias appartenant au gouvernement des Etats-Unis comme *Voice of America*, le contrôle est encore plus manifeste que cela. Dans un article publié en 2017 par la *Columbia Journalism Review* et intitulé « *Spare the indignation : Voice of America n'a jamais été indépendante* », Dan Robinson, vétéran de VOA, affirme que ces organes sont totalement différents des entreprises de presse normales et qu'ils sont censés faciliter les intérêts des États-Unis en matière d'information pour recevoir des fonds du gouvernement :

« J'ai passé environ 35 ans à *Voice of America*, où j'ai occupé des postes allant de correspondant en chef à la

Maison Blanche à chef de bureau à l'étranger et chef d'une division linguistique clé, et je peux vous dire que pendant longtemps, deux choses ont été vraies.

- **Premièrement**, les médias financés par le gouvernement américain ont été sérieusement mal gérés, une réalité qui les a rendus mûrs pour des efforts de réforme bipartisans au Congrès, qui ont culminé fin 2016 lorsque le président Obama a signé la loi de 2017 sur l'autorisation de la défense nationale.
- **Deuxièmement**, il existe un large consensus au Congrès et ailleurs sur le fait qu'en échange d'un financement continu, ces diffuseurs gouvernementaux doivent faire plus, dans le cadre de l'appareil de sécurité nationale, pour soutenir les efforts de lutte contre la désinformation de la Russie, d'ISIS et d'Al-Qaïda ».

8. L'accès au journalisme.

Krystal Ball a abordé ce point dans son anecdote sur l'appel influent de MSNBC du camp Clinton ci-dessus. Le journalisme d'accès fait référence à la manière dont les médias et les journalistes peuvent perdre l'accès aux politiciens, aux fonctionnaires et à d'autres personnalités puissantes si ces personnalités ne les perçoivent pas comme suffisamment sympathiques.

Si une personne au pouvoir décide qu'elle n'aime pas un journaliste donné, elle peut simplement décider de donner ses interviews à quelqu'un d'autre qui est suffisamment flagorneur, ou de faire appel à quelqu'un d'autre lors de la conférence de presse, ou d'avoir des conversations officielles et officieuses avec quelqu'un qui lui fait un peu plus de courbettes.

Le fait de priver d'accès les interlocuteurs difficiles permet d'acheminer tout le matériel médiatique précieux vers les journalistes les plus obséquieux, car si vous avez trop de dignité pour poser des questions faciles et ne pas donner suite aux non-réponses ridicules des politiciens, il y a toujours quelqu'un d'autre qui le fera.

Cela crée une dynamique dans laquelle les serviteurs du pouvoir

9. Les agences gouvernementales qui cherchent à promouvoir leurs intérêts en matière d'information les alimentent en « scoops ».

Dans les dictatures totalitaires, l'agence d'espionnage du gouvernement dit aux médias quels articles publier, et les médias les publient sans poser de questions. Dans les démocraties libres, l'agence d'espionnage gouvernementale dit « *Hoo buddy, have I got a scoop for you !* » et les médias le publient sans poser de questions.

De nos jours, l'un des moyens les plus faciles d'obtenir une information importante sur la sécurité nationale ou la politique étrangère consiste à se faire confier un « scoop » par un ou plusieurs responsables gouvernementaux - sous couvert d'anonymat, bien entendu - qui se trouve être de nature à donner une bonne image du gouvernement et/ou à donner une mauvaise image de ses ennemis et/ou à susciter l'assentiment de tel ou tel ordre du jour.

Cela revient bien sûr à publier des communiqués de presse de la Maison Blanche, du Pentagone ou du cartel du renseignement américain, puisqu'il s'agit de répéter sans esprit critique une information non vérifiée qu'un fonctionnaire vous a transmise et de la déguiser en article d'information. Mais c'est une pratique qui devient de plus en plus courante dans le « journalisme » occidental, à mesure que s'accroît la nécessité de diffuser de la

propagande sur les ennemis de la guerre froide de Washington à Moscou et à Pékin.

Parmi les exemples récents et notoires de cette pratique, citons le rapport totalement discrédité du *New York Times* selon lequel la Russie payait des combattants liés aux talibans pour tuer les forces américaines et alliées en Afghanistan, et le rapport totalement discrédité du *Guardian* selon lequel Paul Manafort rendait visite à Julian Assange à l'ambassade d'Équateur.

Dans les deux cas, il s'agissait simplement de faussetés dont les médias ont été nourris par des agents des services de renseignement qui tentaient de semer un récit dans la conscience du public, et qu'ils ont ensuite répétées comme des faits sans jamais divulguer les noms de ceux qui les avaient nourris de ces fausses histoires. Autre exemple, des fonctionnaires américains ont admis l'an dernier à la chaîne NBC - toujours sous le couvert de l'anonymat - que l'administration Biden avait simplement transmis des mensonges sur la Russie aux médias afin de gagner une « guerre de l'information » contre Poutine.

Cette dynamique est similaire à celle du journalisme d'accès, en ce sens que les médias et les journalistes qui se sont révélés être des perroquets sympathiques et non critiques des récits gouvernementaux qu'ils reçoivent sont ceux qui ont le plus de chances d'être alimentés, et donc ceux qui obtiennent les « scoops ».

Nous avons eu un aperçu de ce à quoi cela ressemble de l'intérieur lorsque le directeur intérimaire de la CIA sous l'administration Obama, Mike Morell, a déclaré que lui et ses acolytes du cartel du renseignement avaient initialement prévu d'envoyer leur opération de désinformation sur l'ordinateur portable de Hunter Biden à un journaliste anonyme du *Washington Post*, avec lequel ils entretenaient vraisemblablement de bonnes relations de travail.

Un autre aspect de la dynamique des « scoops » des cartels du renseignement est la façon dont les fonctionnaires gouvernementaux transmettent des informations à un journaliste d'un média, puis les journalistes d'un autre média contactent ces mêmes fonctionnaires et leur demandent si l'information est vraie, puis tous les médias concernés organisent une parade publique sur Twitter pour proclamer que le rapport a été transmis à un journaliste.

10. Intérêts de classe.

Plus un employé des médias se conforme à la pensée de groupe impériale, suit les règles non écrites et ne menace pas les puissants, plus il gravit les échelons de la carrière dans les médias. Plus il gravit les échelons, plus il gagne de l'argent. Une fois qu'ils se trouvent en position d'influencer un très grand nombre de personnes, ils font partie d'une classe aisée qui a tout intérêt à maintenir le statu quo politique qui lui permet de conserver sa fortune.

Cela peut prendre la forme d'une opposition à tout ce qui ressemble à du socialisme ou à des mouvements politiques susceptibles de faire payer plus d'impôts aux riches, comme nous l'avons vu dans [les virulentes campagnes de dénigrement](#) contre des personnalités progressistes telles que Bernie Sanders et Jeremy Corbyn.

Il peut également s'agir d'encourager le public à mener une guerre culturelle afin qu'il ne commence pas à mener une guerre de classe. Elle peut aussi prendre la forme d'un soutien plus général à l'empire, parce que c'est le statu quo sur lequel votre fortune est bâtie.

Cela peut aussi prendre la forme d'une plus grande sympathie pour les politiciens, les fonctionnaires, les ploutocrates et les célébrités dans leur ensemble, parce que cette classe est celle de vos amis maintenant ; c'est

avec elle que vous traînez, que vous allez aux fêtes et aux mariages, avec elle que vous buvez, que vous riez, que vous faites la cassettes.>

Les intérêts de classe influencent le comportement des journalistes de multiples façons car, comme l'ont fait remarquer Glenn Greenwald et Matt Taibbi, les journalistes des médias de masse sont de plus en plus souvent issus non pas de la classe ouvrière, mais de familles aisées, et sont diplômés d'universités d'élite onéreuses.

Le nombre de journalistes diplômés de l'enseignement supérieur est passé de 58 % en 1971 à 92 % en 2013. Si vos riches parents ne paient pas pour vous, alors vous avez une dette d'études écrasante que vous devez rembourser vous-même, ce que vous ne pouvez faire dans le domaine que vous avez étudié qu'en gagnant une somme d'argent décente, ce que vous ne pouvez faire qu'en agissant en tant que propagandiste pour l'establishment impérial de la manière dont nous avons discuté.

Les universités elles-mêmes ont tendance à jouer un rôle de maintien du statu quo et de fabrication de la conformité lorsqu'elles produisent des journalistes, car les richesses n'afflueront pas dans un environnement académique offensant pour les riches. Il est peu probable que les riches fassent des dons importants à des universités qui enseignent à leurs étudiants que les intérêts financiers sont un fléau pour la nation, et ils n'enverront certainement pas leurs enfants dans ces universités.

11. Les groupes de réflexion.

L'*Institut Quincy* a publié une nouvelle étude qui révèle que 85 % des groupes de réflexion cités par les médias dans leurs reportages sur le soutien militaire américain à l'Ukraine ont été payés par des contractants du Pentagone.

« *Aux États-Unis, les groupes de réflexion sont une ressource de choix pour les médias qui recherchent des avis d'experts sur des questions urgentes de politique publique* », écrit Ben Freeman de l'*Institut Quincy*.

« Mais les *think tanks* ont souvent des positions bien arrêtées ; de plus en plus de recherches ont montré que leurs bailleurs de fonds peuvent influencer leurs analyses et leurs commentaires. Cette influence peut inclure la censure - à la fois l'autocensure et la censure plus directe des travaux défavorables à un bailleur de fonds - et des accords de paiement direct pour la recherche avec les bailleurs de fonds. Il en résulte un environnement dans lequel les intérêts des bailleurs de fonds les plus généreux peuvent dominer les débats politiques des groupes de réflexion ».

Il s'agit là d'une faute professionnelle journalistique. Il n'est jamais, au grand jamais, conforme à l'éthique journalistique de citer des groupes de réflexion financés par des profiteurs de guerre sur des questions de guerre, de militarisme ou de relations étrangères, mais la presse occidentale le fait constamment, sans même divulguer cet immense conflit d'intérêts à son public.

Les journalistes occidentaux citent les groupes de réflexion financés par l'empire parce qu'ils s'alignent généralement sur les lignes approuvées par l'empire et qu'un sténographe des médias de masse sait qu'il peut faire avancer sa carrière en les poussant, et ils le font parce que cela leur donne une « source » « d'expert » d'apparence officielle à citer tout en proclamant qu'il faut envoyer des machines de guerre plus coûteuses dans telle ou telle partie du monde, ou quoi que ce soit d'autre.

Mais en réalité, il n'y a qu'une seule histoire à trouver dans ces citations : « L'industrie de la guerre soutient plus de guerre ».

Le fait que les profiteurs de guerre soient autorisés à influencer activement les médias, la politique et les organes gouvernementaux par le biais de groupes de réflexion, de la publicité et du lobbying d'entreprise est l'une des choses les plus insensées qui se produisent dans notre société aujourd'hui. Et non seulement c'est autorisé, mais c'est rarement remis en question.

12. Le Conseil des relations étrangères.

Il convient probablement de noter ici que le *Council on Foreign Relations* est un groupe de réflexion très influent qui compte parmi ses membres un nombre étonnant de dirigeants de médias et de journalistes influents, une dynamique qui confère aux groupes de réflexion une influence supplémentaire dans les médias.

En 1993, Richard Harwood, ancien rédacteur en chef et médiateur du *Washington Post*, a décrit avec approbation le CFR comme « ce qui se rapproche le plus d'un establishment dirigeant aux États-Unis ».

Harwood écrit : « *L'appartenance de ces journalistes au CFR n'est pas un hasard* » :

« L'appartenance de ces journalistes au Conseil, quelle que soit l'idée qu'ils se font d'eux-mêmes, est une reconnaissance de leur rôle actif et important dans les affaires publiques et de leur ascension dans la classe dirigeante US. Ils ne se contentent pas d'analyser et d'interpréter la politique étrangère des États-Unis, ils contribuent à l'élaborer. Dans un article paru dans le *Media Studies Journal*, Jon Vanden Heuvel estime que leur influence est susceptible de s'accroître maintenant que la guerre froide est terminée : « En se concentrant sur des crises particulières dans le monde : 'En se concentrant sur des crises particulières dans le monde, les médias sont mieux à même de faire pression sur les gouvernements pour qu'ils agissent'.

13. Publicité.

En 2021, *Politico* a été pris en flagrant délit d'apologie du grand fabricant d'armes Lockheed Martin, alors que ce dernier parrainait une lettre d'information de Politico sur la politique étrangère. Eli Clifton, de *Responsible Statecraft*, a écrit à l'époque :

« La frontière est très floue entre les relations financières de Politico avec la plus grande entreprise d'armement des États-Unis, Lockheed Martin, et sa production éditoriale. Et cette ligne vient peut-être de devenir encore plus opaque.

La semaine dernière, Ethan Paul, de *Responsible Statecraft*, a rapporté que *Politico* était en train de supprimer de ses archives toute référence au parrainage de longue date par *Lockheed Martin* de la lettre d'information populaire de la publication, *Morning Defense*. Alors que les preuves de la relation financière entre Lockheed et Politico ont été effacées, le célèbre média du périphérique vient de publier un remarquable article sur l'entreprise, sans mentionner la relation financière de longue date avec Politico.

Politico n'a pas répondu à la question de savoir si Lockheed était un sponsor permanent de la publication depuis le mois dernier, lorsqu'elle a supprimé les publicités du géant de la défense, ou si l'entreprise d'armement avait payé pour ce qui s'apparente largement à un publiportage.

Lee Hudson, de Politico, a visité les installations de recherche et de développement Skunk Works de Lockheed, hautement sécurisées et pour la plupart classifiées, au nord de Los Angeles, et a écrit avec enthousiasme : « Pour les journalistes spécialisés dans les technologies de défense et les intellos de l'aviation, c'est l'équivalent d'un ticket d'or pour l'usine de Willy Wonka, mais pensez à des drones supersoniques au lieu de gobelets éternels ».

Vous êtes-vous déjà demandé pourquoi vous voyez des publicités pour *Northrop Grumman* pendant le Superbowl ? Pensez-vous que quelqu'un regarde cette publicité en se disant : « Vous savez quoi ? Je vais m'acheter un bombardier furtif ? » Bien sûr que non.

L'industrie de la défense fait de la publicité dans les médias en permanence et, même si elle n'est pas toujours prise en flagrant délit de manipulation des publications d'information comme Lockheed l'a fait avec Politico, il est difficile d'imaginer que son argent n'ait pas un effet dissuasif sur les reportages de politique étrangère, voire qu'il ne lui donne pas une certaine influence sur les questions éditoriales.

Comme Jeff Cohen l'a dit plus haut : les principaux annonceurs sont hors limites.

14. L'infiltration secrète.

Ce n'est pas parce qu'une grande partie du comportement propagandiste des médias peut s'expliquer sans conspirations secrètes qu'il n'y a pas de conspirations secrètes. En 1977, Carl Bernstein a publié un article intitulé « *The C.I.A. and the Media* » (La C.I.A. et les médias), rapportant que la C.I.A. avait infiltré secrètement les organes de presse les plus influents d'Amérique et avait plus de 400 journalistes qu'elle considérait comme des atouts dans le cadre d'un programme connu sous le nom d'[Opération « Mockingbird »](#) (Oiseau moqueur).

On nous dit que ce type d'infiltration secrète n'existe plus aujourd'hui, mais c'est absurde. Bien sûr que c'est le cas. Les gens croient que la C.I.A. n'a plus de comportement néfaste parce qu'ils trouvent confortable de le croire, et non pas parce qu'il existe une quelconque base probante pour cette croyance.

Les conditions qui ont donné lieu à l'opération « Mockingbird » dans les années 1970 n'étaient pas les mêmes qu'aujourd'hui. La guerre froide ? Elle a lieu aujourd'hui. La guerre chaude ? C'est la même chose aujourd'hui. Les groupes dissidents ? C'est le cas aujourd'hui. Une course effrénée pour assurer la domination et le capital des États-Unis sur la scène mondiale ? C'est ce qui se passe aujourd'hui.

La CIA n'a pas été démantelée et personne n'a été emprisonné. Tout ce qui a changé, c'est que les médias d'information ont maintenant plus d'éléments avec lesquels les agents du gouvernement peuvent jouer, comme les médias en ligne et les médias sociaux.

Et en effet, nous avons vu des preuves que cela se produit aujourd'hui. En 2014, Ken Dilanian, aujourd'hui grand reporter pour NBC, a été surpris en train de collaborer étroitement avec la C.I.A. dans ses reportages et de lui envoyer des articles pour qu'elle les approuve et les modifie avant leur publication. Dans ses courriels avec les attachés de presse de la CIA, Dilanian se comporte comme un propagandiste de l'agence, expliquant qu'il voulait qu'un article sur les frappes de drones de la CIA. soit « rassurant pour le public » et qu'il modifiait son reportage conformément aux souhaits de l'agence.

Parmi les autres actifs potentiels de la CIA figurent Anderson Cooper, de CNN, qui a effectué un stage au sein de l'agence, et Tucker Carlson, dont le passé présente un nombre très suspect de chevauchements avec la CIA.

15. L'infiltration ouverte.

Quinze raisons pour lesquelles les médias ne font pas de journalisme

Enfin, il arrive que les médias agissent comme des propagandistes d'État parce qu'ils le sont réellement. À l'époque de Carl Bernstein, la C.I.A. devait secrètement infiltrer les médias ; aujourd'hui, les médias embauchent ouvertement des membres des services de renseignement pour travailler dans leurs rangs.

Les médias emploient désormais ouvertement des vétérans des agences de renseignement comme John Brennan, James Clapper, Chuck Rosenberg, Michael Hayden, Frank Figliuzzi, Fran Townsend, Stephen Hall, Samantha Vinograd, Andrew McCabe, Josh Campbell, Asha Rangappa, Phil Mudd, James Gagliano, Jeremy Bash, Susan Hennessey, Ned Price et Rick Francona.

Les médias font également souvent appel à des « experts » pour donner leur avis sur la guerre et les armes, qui sont des employés directs du complexe militaro-industriel, sans jamais expliquer ce conflit d'intérêts massif à leur public.

L'année dernière, *Lever News* a publié un rapport sur la façon dont les médias ont fait venir des gestionnaires de l'empire américain qui travaillent actuellement pour des entreprises qui profitent de la guerre, dans le cadre de leur vie dans le marécage de Washington entre le secteur public et le secteur privé, et les ont présentés comme des experts impartiaux sur la guerre en Ukraine.

Comme vous pouvez le constater, les médias d'information sont soumis à des pressions sous tous les angles imaginables et à tous les niveaux pertinents, qui les poussent à fonctionner non pas comme des reporters, mais comme des propagandistes. C'est pourquoi les employés des médias occidentaux agissent comme des agents de relations publiques pour l'empire occidental et ses composantes : parce que c'est exactement ce qu'ils sont.

Caitlin Johnstone* pour son site CaitlinJohnstone.com

CaitlinJohnstone.com. Usa, le 4 juin 2023

Traduit de l'anglais pour [El Correo de la Diaspora](https://ElCorreo.de.la.Diaspora) par : El Correo

[El Correo de la Diaspora](https://ElCorreo.de.la.Diaspora). Paris, le 9 juin 2023

Cette création par <http://www.elcorreo.eu.org> est mise à disposition selon les termes de la [licence Creative Commons Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 Unported](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/). Basée sur une oeuvre de www.elcorreo.eu.org