

Caitlin Johnstone

Journaliste australienne indépendante

Article publié sur [son blog](#) et traduit par Wayan

Note de la rédaction : Et non, le parti pris, la médiocrité, voire parfois la propagande que l'on peut constater tous les jours dans de trop nombreuses publications issues des médias (et pas seulement dans les médias dits sociaux) ne sont pas le fait de "conspirations" comme le montre la journaliste Caitlin Johnstone, laquelle n'a rien à avoir avec l'anthroposophie. Elles sont le fait d'un certain nombre de mécanismes qu'elle décrit très pertinemment dans cet article (un peu longuet, il est vrai).

Pourquoi relayer son article tel quel sur soi-esprit.info, alors qu'il ne semble pas concerner directement des concepts anthroposophiques ?

1. Parce que nous sommes tous, en tant que citoyens, inondés quotidiennement par toutes ces foutaises, demi-vérités et demi-mensonges diffusés par les médias et qu'elles ont des effets destructeurs sur nos vies. Les personnes qui tentent de créer des entreprises, associations, institutions ou activités inspirées par l'anthroposophie le sont encore davantage que les citoyens ordinaires (ne serait-ce que dans les médias francophones ; chaque semaine on trouve au moins 2 articles dénigrants à leur sujet, rédigés sans aucun professionnalisme et fondement sérieux).

2. Vivre dans la croyance naïve qu'il s'agirait nécessairement de complots, occulte la connaissance de mécanismes et de processus psychosociaux bien réels qui agissent dans la vie sociale (y compris potentiellement aussi au sein d'institutions qui se réclament de l'anthroposophie lorsque celles-ci sont dotées d'organes de communication). Connaître ces mécanismes, c'est se donner la possibilité de pouvoir à terme les discerner, les dépasser, et de ne plus en être une marionnette.

Si vous observez les médias occidentaux d'un œil critique, vous finirez par remarquer que leurs reportages s'alignent systématiquement sur les intérêts de l'empire étasunien, 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](#) en grande majorité 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 dirigées contre les gouvernements alignés sur les États-Unis. La seule fois où Trump a été universellement couvert d'éloges par les médias de masse a été lorsqu'il a [bombardé](#) la Syrie, tandis que la seule fois où Biden a été universellement critiqué par les médias de masse a été lorsqu'il s'est [retiré](#) d'Afghanistan. Les médias américains 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 Américains 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 - La propriété des médias.

Nouvelle règle : Chaque fois qu'une organisation médiatique publie une infox, nommez l'oligarque (ou le directeur) qui la contrôle.

Le point d'influence le plus évident dans les médias de masse est le fait que ces derniers sont généralement [détenus](#) et contrôlés par des [ploutocrates](#) dont la richesse et le pouvoir reposent sur le statu quo. Jeff Bezos est propriétaire du *Washington Post*, qu'il a acheté en 2013 à la famille Graham, elle aussi [immensément riche](#). Le *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](#) américaines 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 dirige leur média, ce qui signifie qu'ils contrôlent qui embauche les cadres et les rédacteurs, qui contrôlent l'embauche de tous les autres employés du média. Rupert Murdoch n'a jamais annoncé dans la salle de rédaction les points de discussion et la propagande de guerre du jour, mais vous auriez une chance inouïe de décrocher un emploi dans la presse Murdoch si vous êtes un anti-impérialiste qui brûle les drapeaux [*mais de toute façon vous n'y feriez pas long feu, NdT*].

Ce qui nous amène au point suivant :

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 s'est moqué de la fausse image que les journalistes traditionnels ont d'eux-mêmes en tant que “*croisé de profession*” qui est là pour “*contredire*” et “*se dresser 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 dire 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 veux dire, 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 quoi écrire parce qu'ils diront de toute façon ce qu'il faut*“. [*Un bon journaliste de médias grand public est tellement plongé dans la pensée du groupe social auquel il appartient qu'il confond pensée personnelle et pensée de groupe, comme tous ceux qui ont un fort esprit collectif, NdT*]

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

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

travail personnelle de Chomsky ; les journalistes qui ont passé du temps dans les médias ont publiquement reconnu que c'est particulièrement le cas ces dernières années, affirmant qu'ils ont appris très rapidement quels types de résultats aideront ou 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. 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 d'y garder ses entrées, ce qui est l'élément vital du journalisme politique", a déclaré Ball dans la 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 le 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 fait en sorte que vous ne vous engagez pas dans cette voie, dès le départ".

"C'est vrai, et encore une fois, ce n'est pas nécessairement intentionnel", a ajouté Ball. "C'est

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

parce que vous êtes entouré de ces gens-là, et il se crée alors une pensée de groupe. Et vous êtes conscient de ce pour quoi vous allez être récompensé et de ce pour quoi vous allez être puni, ou non récompensé, et 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 " *Mémo aux journalistes traditionnels : Bernie a raison au sujet de la partialité.*" dans lequel il décrit la même expérience de "pensée de groupe" :

"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 touchant le patron de l'entreprise ou les principaux annonceurs sont interdites, sauf en cas d'inculpation criminelle."

"Aucun mémo n'est nécessaire pour parvenir à l'étroitesse 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 est également intervenu dans la controverse pour souligner l'effet de la pensée de groupe dans les 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 faire avancer leur carrière dans les médias :

"Les journalistes assistent à la mort du bon journalisme d'investigation sur de graves problèmes structurels, tandis que des montagnes d'espace sont consacrées à des futilités comme les tweets de Trump et/ou à des histoires 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 maintenant 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

Un journaliste quitte *NBC* en invoquant le soutien de la chaîne à la guerre sans fin. *“Et je dirais qu’à bien des égards, NBC a commencé à imiter l’État de sécurité nationale lui-même – occupé et rentable. Aucune guerre n’est gagnée, mais la balle reste en jeu.”*
[“https://t.co/W4mpgxDQP0](https://t.co/W4mpgxDQP0)

Soit les journalistes apprennent à faire le type 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”*.

Arkin a déclaré qu’il se retrouvait souvent comme une *“voix solitaire”* dans l’examen minutieux des différents aspects de la machine de guerre américaine, 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”, a écrit 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 poursuite des bourdes américaines au Moyen-Orient et maintenant en Afrique par le biais de nos reportages insipides.”*

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’Irak 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](#) 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

La semaine dernière, Marc Lamont Hill, collaborateur de CNN, a prononcé un discours aux Nations unies en faveur de l'autodétermination des Palestiniens et de l'égalité des droits. Moins de 24 heures plus tard, CNN en avait fini avec lui. <https://t.co/yUjw97fUb2>

– Mail & Guardian (@mailandguardian) 10 décembre 2018

Cette mesure n'a pas besoin d'être appliquée souvent, mais elle se produit suffisamment pour que les personnes faisant carrière dans les médias comprennent le message, comme lorsque Phil Donahue a été [renvoyé](#) de MSNBC pour son opposition au bellicisme de l'administration Bush dans la période précédant l'invasion de l'Irak, alors qu'il avait les [meilleures audiences](#) de toutes les émissions de 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 à l'ONU.

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

Si vous êtes curieux de savoir pourquoi Richard Engel de NBC est si contrarié par le retrait des États-Unis d'Afghanistan, il parle honnêtement dans son livre *War Journal* de la façon dont il savait que la guerre d'Irak allait être formidable pour la carrière de gens comme lui <https://t.co/0KXEOCNuKL> [pic.twitter.com/yUGCVQwFxu](https://twitter.com/yUGCVQwFxu).

– ? Jon Schwarz ? (@schwarz) 30 août 2021

Dans son livre *War Journal : My Five Years in Iraq*, Richard Engel, de NBC, a écrit qu'il avait tout fait pour aller en Irak parce qu'il savait que cela donnerait un coup de pouce massif à sa carrière, qualifiant sa présence sur place pendant la guerre de "*grande chance*".

"Dans la période précédant la guerre, il était clair que l'Irak était un pays où les carrières allaient se faire", [écrit](#) Engels. "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".

Cela donne un aperçu de la façon dont les journalistes ambitieux envisagent de gravir les échelons de leur carrière dans leur domaine, ainsi que de l'une des raisons pour lesquelles ces types de journalistes sont toujours aussi enthousiastes à l'égard de 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. Tout le système 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

[Voir sur Twitter](#)

Bien sûr, *NPR* est un média affilié à l'État américain. Cette radio est financée par le gouvernement américain, tous ses reportages servent les intérêts du gouvernement américain en matière d'information, et le dernier emploi de son PDG consistait à diriger les organes de propagande du gouvernement américain. S'il ne mérite pas cette étiquette, personne ne la mérite. pic.twitter.com/AXWAYwpYcm

– Caitlin Johnstone (@caitoz) 5 avril 2023

Nous avons parlé des pressions exercées sur les employés des médias de masse dans les médias gérés par les ploutocrates, mais qu'en est-il des médias de masse 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 américain, ayant précédemment occupé le poste de PDG de [l'Agence américaine pour les médias mondiaux](#) – et il n'est pas [le premier](#) dirigeant de la *NPR* à avoir une longue expérience de l'appareil de propagande de l'État américain.

Avec des médias appartenant au gouvernement américain comme *Voice of America*, le contrôle est encore plus manifeste. Dans [un article](#) publié en 2017 dans la *Columbia Journalism Review* et intitulé "*Épargnez-nous votre 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 afin de 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, dont le point culminant a été atteint 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.

Chaque fois que je regarde une réunion publique comme celle d'hier soir, je suis époustoufflé par la façon dont les gens ordinaires posent de meilleures questions que les journalistes professionnels.

Le droit d'accès pour un journaliste est la plus grande malédiction de ma profession. Trop de journalistes craignent qu'il soit interrompu pour une question difficile. Les vrais gens s'en moquent

– Will Bunch (@Will_Bunch) 16 septembre 2020

Krystal Ball a abordé ce sujet dans son anecdote sur l'appel à *MSNBC* provenant du camp Clinton. Le [droit 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 ne poser que 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 où les lèche-bottes au service du pouvoir sont élevés au sommet des grands médias, tandis que les vrais journalistes qui tentent de demander des comptes au pouvoir ne sont pas récompensés.

9 - L'alimentation en “scoops” par des agences gouvernementales qui cherchent à promouvoir leurs intérêts en matière d'information

La phrase “*Un officiel américain a dit à CNN*” n'est pas un “Scoop”, c'est juste la démonstration de la volonté des “journalistes” de sténographier la désinformation gouvernementale sans la vérifier. <https://t.co/wr2u3xKtil>

– Moon of Alabama (@MoonofA) 14 janvier 2022

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 du gouvernement dit “*Hé mon pote, j'ai un scoop pour toi !*” 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. Bien entendu, cela revient à publier des communiqués de presse de la Maison Blanche, du Pentagone ou du cartel du renseignement américain, puisque vous ne faites que répéter sans esprit critique une information non vérifiée qu'un fonctionnaire vous a transmise, en la déguisant en reportage. 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 contre les ennemis de Washington, que ce soit Moscou ou Pékin.

Parmi les exemples récents et notoires de cette pratique, citons l'article du *New York Times*, maintenant complètement [discrédité](#), selon lequel la Russie [payait](#) des combattants liés aux

talibans pour tuer les forces américaines et alliées en Afghanistan, et l'article du *Guardian*, complètement [discrédité](#) lui aussi, selon lequel Paul Manafort rendait visite à Julian Assange à l'ambassade d'Équateur. Dans les deux cas, il s'agissait simplement d'infox 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 couvert de l'anonymat – que l'administration Biden n'avait fait qu'alimenter les médias en mensonges sur la Russie 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 du “scoop” 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 [proclamant](#) que l'information a été “confirmée”. Rien dans cette histoire n'a été vérifié comme étant vrai de quelque manière que ce soit ; il s'agit simplement de la même histoire racontée, donc confirmée, par la même source à des personnes différentes.

10 - Intérêts de classe

Rachel Maddow, en guise de récompense pour avoir alimenté les libéraux en conspirations démentes, vient d'être récompensée par *Comcast* avec un contrat de 30 millions de dollars par an, soit 2,5 millions de dollars par mois.

Pourtant, peu de journalistes s'y opposent ou la traitent d’“*arnaqueuse*”. Pourquoi ? Parce qu'elle travaille pour une grande entreprise, et qu'ils considèrent cela comme légitime. pic.twitter.com/qKpjIViknf

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

– Glenn Greenwald (@ggreenwald) 1 septembre 2021

Plus un employé des médias se plie à la pensée de groupe impériale, suit les règles non écrites et ne menace pas les puissants, plus il gravit les échelons de sa 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 oublie de mener une guerre de classe. Cela 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 vous acoquinez.

Le facteur de classe dans le journalisme. Glenn Greenwald, Matt Taibbi. pic.twitter.com/wrIWhaWQet

– Turncoat Don (@TurncoatD) 23 mai 2021

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'étudiant 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 paiements intéressés sont un fléau pour la nation, et ils n'enverront certainement pas leurs enfants dans ces universités.

11 - Les groupes de réflexion/Think tanks

NOUVELLE ÉTUDE : 85 % des groupes de réflexion cités dans des articles sur le soutien militaire américain en Ukraine ont reçu des fonds de sous-traitants du Pentagone. <https://t.co/f4U3QblszG>
pic.twitter.com/J94dUydc13

– Kenneth P. Vogel (@kenvogel) 1 juin 2023

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 constituent une ressource de choix pour les médias à la recherche d'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 d'études montrent 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 la "source" d'un "expert" d'apparence officielle 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 extérieures

Recherche sur la propagande suisse : *"Les dirigeants et les principaux journalistes de presque tous les grands médias américains sont depuis longtemps membres de l'influent Council on Foreign Relations"* #CFR #Bilderberg #TrilateralCommission (Cliquez sur le lien, puis sur l'image pour l'agrandir)

Fil

1/4 <https://t.co/0TJWzWeRhY> pic.twitter.com/Ovkap8k9cN

– Bruce Baird (@drbairdonline) 30 mai 2018

Il convient probablement aussi de noter ici que le *Council on Foreign Relations* est un groupe de réflexion [profondément influent](#) qui compte un nombre étonnant de dirigeants de médias et de journalistes influents parmi ses membres, une dynamique qui confère à ce groupe de réflexion une autre couche d'influence dans les médias.

En 1993, Richard Harwood, ancien rédacteur en chef et médiateur du *Washington Post*, [décrivait](#) avec approbation le CFR comme *"ce qui se rapproche le plus d'un establishment dirigeant aux États-Unis"*.

Harwood écrivait :

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 américaine. 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, les médias sont mieux placés pour pousser le gouvernement à agir.*"

13 - La publicité

Politico efface les preuves de son parrainage par Lockheed Martin, mais refuse de répondre aux questions sur la nature publicitaire ou éditoriale de son article de dimanche sur les Skunk Works de Lockheed.

Pourquoi est-il difficile de répondre à cette question ?

<https://t.co/bg9dBzJc5g>

– Eli Clifton (@EliClifton) 7 septembre 2021

En 2021, *Politico* a été pris en flagrant délit d'apologie du 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 ligne de démarcation entre les relations financières de *Politico* avec la plus grande entreprise d'armement des États-Unis, Lockheed Martin, et sa production éditoriale est très floue. 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 sa vieille relation financière 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'il 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 publi-reportage.

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

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 nerds 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 vieux coucous”*.

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 intouchables.

14 - Infiltration clandestine

Ken Dilanian, l’homme à tout faire de la CIA, est le *“journaliste”* de *NBC* utilisé pour diffuser des informations sur le président Poutine et les élections américaines <https://t.co/GOCi4EWwdv>.

– WikiLeaks (@wikileaks) 15 décembre 2016

Ce n’est pas parce qu’une grande partie du comportement propagandiste des médias de masse peut s’expliquer sans conspirations secrètes qu’il n’y a pas de conspirations secrètes. En 1977, Carl Bernstein a publié un article intitulé *“La CIA et les médias”* dans lequel il indiquait que la CIA avait [infiltré](#) secrètement les organes de presse les plus influents des États-Unis et qu’elle avait plus de 400 journalistes qu’elle considérait comme des actifs dans le cadre d’un programme connu sous le nom d’opération *“Mockingbird”*.

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 CIA ne se livre plus à des agissements néfastes parce qu’ils trouvent confortable de le croire, et non parce qu’il existe des preuves à l’appui de cette croyance.

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

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 disposent désormais de plus d'éléments avec lesquels les agents gouvernementaux 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 CIA 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, on voit Dilanian agir comme un propagandiste pour l'agence, expliquant qu'il voulait qu'un article sur les frappes de drones de la CIA soit "*rassurant pour le public*" et modifia son reportage conformément aux souhaits de l'agence.

Parmi les autres actifs potentiels de la CIA, citons Anderson Cooper, de *CNN*, qui a [effectué un stage](#) auprès de l'agence, et Tucker Carlson, dont le passé présente un nombre [très suspect](#) de chevauchements avec la CIA.

15 - L'infiltration ouverte

Au cas où quelqu'un aurait besoin d'un rappel, voici une liste partielle des anciens espions qui ont servi de figures médiatiques dans les années

Trump : <https://t.co/CJT8YGcvkN>

– Matt Taibbi (@mtaibbi) 16 avril 2021

Enfin, il arrive que les médias agissent comme des propagandistes d'État parce qu'ils sont de véritables propagandistes d'État. À l'époque de Carl Bernstein, la CIA devait secrètement infiltrer les médias ; aujourd'hui, les médias [embauchent](#) ouvertement des membres des services de renseignement pour travailler dans leurs rangs. Les médias de masse 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 appel à 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.

15 raisons pour lesquelles les employés des médias agissent comme des propagandistes

Écrit par : Caitlin Johnstone

Je pense que c'est génial de pouvoir être consultant pour une entreprise qui fabrique certains missiles et d'aller sur *NBC* ou *CNN* et de dire à quel point il est important que nous expédiions plus de ces missiles, sans que personne ne dise : « *Au fait, ce type travaille pour l'entreprise de missiles* »
<https://t.co/CHUb5drysd>.

– Andrew Perez (@andrewperezdc) 12 avril 2022

Comme vous pouvez le constater, les médias d'information sont soumis à des pressions sous tous les angles possibles et imaginables, 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 de masse 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