

Il n'aura échappé à personne que le postulat démocratique affirme que les médias sont indépendants, déterminés à découvrir la vérité et à la faire connaître ; et non qu'ils passent le plus clair de leur temps à donner l'image d'un monde tel que les puissants souhaitent que nous nous le représentions. Ceux qui dirigent les médias crient haut et fort que leurs choix éditoriaux sont fondés sur des critères impartiaux, professionnels et objectifs – ce que cautionnent les intellectuels. Mais s'il s'avère effectivement que les puissants sont en position d'imposer la trame des discours, de décider ce que le bon peuple a le droit de voir d'entendre ou de penser, et de « gérer » l'opinion à coups de campagnes de propagande, l'idée communément acceptée du fonctionnement du système n'a alors plus grand-chose à voir avec la réalité.

Dans son ouvrage *Deciding What's News*, Herbert Gans soutient que les reporters sont dans leur grande majorité « objectifs », mais le sont dans un environnement où prédomine la croyance en un système de « valeurs profondément ancrées », incluant notamment l'« ethnocentrisme » et l'idée d'un « capitalisme responsable. » Si on suit cette logique et qu'il apparaissait que les reporters de la *Pravda* opèrent dans un environnement où prédominent les contraintes de la croyance en la justice immanente d'un « communisme responsable », il n'y aurait plus lieu de mettre en cause leur « objectivité ». En outre, ainsi que nous le montrerons plus loin, Gans minimise très largement à quel point le cadre de présupposés auxquels doivent se cantonner les journalistes est limitatif.

Quant aux néoconservateurs, ils dépeignent fréquemment les médias comme autant de bastions de la gauche menant une croisade contre le système. Ils occultent ainsi le fait que les médias, industrie à part entière, sont de grosses entreprises ayant à leur tête de riches entrepreneurs ou des multinationales, dont les participants de ce que les néoconservateurs appellent la « culture libérale » des médias sont les employés. Ils occultent aussi le fait que ces derniers acceptent très largement l'idéologie de base du système et, en fait, ne diffèrent des autres membres de l'establishment que dans les tactiques mises en œuvre pour atteindre des buts identiques. Mais les néoconservateurs sont généralement peu disposés à laisser qui que ce soit s'éloigner trop de leurs positions ; et notre analyse montre que leur rôle est précisément de recourir à l'intimidation pour s'assurer que finisse par être exclue des médias jusqu'à l'infime part de dissidence aujourd'hui tolérable.

Depuis bien longtemps, les auteurs ayant travaillé sur l'opinion publique, la propagande et les nécessités politiques de l'ordre social ont souligné le rôle crucial de la propagande pour ce que Walter Lippmann appelait la « fabrication du consentement ».\* Il affirmait dès le début des années 1920, que la propagande était d'ores et déjà devenue un « outil ordinaire pour gouverner les hommes », dont l'importance et le niveau de sophistication ne cessaient de croître. Il ne s'agit pas ici de prétendre que les médias ne servent à rien d'autre, mais que cette fonction de propagande est une caractéristique centrale. (...)

Les critiques systémiques des médias, telles que celles que nous développons dans cet ouvrage, sont généralement stigmatisées par les commentateurs autorisés comme « théorie du complot », une échappatoire commode. Nous n'aurons ici recours à aucune hypothèse « conspiratoire » pour expliquer le mode de fonctionnement des médias. En fait, notre approche se présente davantage comme une analyse des règles du « marché » et de ce qu'elles produisent. Les partis pris les plus flagrants dans le traitement de l'information sont la conséquence de la sélection d'un personnel qui pense ce qu'il faut penser, ayant intériorisé un sens commun de la profession et s'étant adapté aux contraintes des propriétaires, organisationnelles, du marché, et du pouvoir politique. La censure relève ici principalement de l'autocensure des présentateurs et journalistes soumis à leurs sources et aux contraintes organisationnelles des médias, et aussi de leurs collègues plus élevés dans la hiérarchie, sélectionnés pour imposer les contraintes. Des acteurs importants contribuent directement à définir et mettre en forme l'information, veillant au respect de la ligne. Le système que nous décrivons est un « système de marché encadré », dont l'orientation est fournie, le gouvernement, les barons de l'industrie, les grands propriétaires et directeurs de médias et l'ensemble des différents groupes ou individus disposant de responsabilités effectives. (...)

Dans le cas de l'Amérique latine, les médias ont été incités à se passer des spécialistes universitaires, car la plus grande partie de la profession rejetait largement le cadre de la propagande d'Etat. Il s'avéra donc nécessaire de créer de toutes pièces un nouveau corps d'« experts » (Robert Leiken, Ronald Radosh, Mark Falcoff, Susan Kaufman Purcel, etc.) vers lesquels se tourner pour les besoins de la doctrine. (...)

Pour autant, les médias ne réagissent pas sur tous les sujets comme un bloc monolithique. Quand les

puissants sont en désaccord, des dissensions tactiques apparaissent sur la meilleure façon d'atteindre des objectifs qui restent généralement communs, lesquelles dissensions trouvent alors un écho dans le débat médiatique. En revanche, tout point de vue mettant en cause les présupposés fondamentaux ou suggérant que les modes d'exercice du pouvoir d'État observés découlent de facteurs systémiques sera méthodiquement exclu des médias, y compris quand la polémique sur les options tactiques fait rage entre les élites.

(...) Exemple type, la description du Nicaragua agressé militairement par les États-Unis : l'opinion de l'élite était à ce point divisée sur la question qu'il devint possible de se demander si le choix de sponsoriser une armée terroriste était réellement le meilleur moyen de rendre le Nicaragua « plus démocratique » ou « moins menaçant pour son entourage. » Les médias s'abstinrent cependant d'informer l'opinion ou de laisser paraître dans leurs colonnes toute matière pouvant laisser entrevoir que le Nicaragua était en réalité bien plus démocratique, dans le sens non orwellien du terme, que le Salvador ou le Guatemala ; que son gouvernement n'exterminait pas ses concitoyens de façon routinière, comme le faisaient ceux du Salvador et du Guatemala ; qu'il avait su mettre en place bon nombre de réformes socio-économiques vitales pour la majorité de sa population, réformes que les deux autres gouvernements pouvaient difficilement envisager ; que le Nicaragua n'était en rien une menace pour ses voisins mais se trouvait au contraire être l'objet d'attaques permanentes des États-Unis, de leurs clients et autres supplétifs ; et que ces mêmes États-Unis redoutaient bien plus le Nicaragua pour ses qualités que ses prétendus défauts.

Noam CHOMSKY, Edward HERMAN, *La Fabrication du consentement, De la propagande médiatique en démocratie*, 1998.

Vous ferez un **résumé** de ce texte de 1 098 mots en 100 mots  $\pm$  10 %.

Marquez les dizaines de mots et indiquez le **dé-compte** total à la fin de votre copie.

Les formules caractéristiques doivent impérativement être **reformulées**.

Appuyez-vous sur les **liens logiques** du texte, explicites ou implicites, et **faites des paragraphes**.

Prévoyez **une marge** d'au moins 5 ou 6 cm, et **sautez des lignes**.

Il est interdit d'utiliser un stylo-plume ; utilisez un **stylo-bille ou un feutre de couleur bleue ou noire**. Pas de blanc machine, ni d'effaceur.