

« la fabrication du consentement » de Noam Chomsky

« La propagande est aux démocraties ce que la violence est aux dictatures »



Mais qu'est-ce donc que la « propagande » ? s'interroge l'auteur de l'ouvrage : « la fabrication du consentement » (édition Agone - 2008). Ne vit-on pas dans des pays « démocratiques et libres » avec des médias « déterminés à découvrir la vérité et à la faire connaître ?

Dans cet ouvrage décapant, Noam Chomsky et Edward Herman nous donnent une analyse très éclairante du fonctionnement des médias aux Etats-Unis mais parfaitement transposable en France. Sans doute éclairera-t-elle celles et ceux qui se demandent pourquoi par exemple la culture de la non-violence et le combat pour la paix intéressent si peu les médias. Ci dessous

des éléments de l'introduction et du premier chapitre :

« Cet ouvrage est construit autour de ce que nous appelons un « modèle de propagande », une construction analytique dont l'objet est de tenter de rendre compte du fonctionnement des médias américains à partir des structures institutionnelles de base et du système de relations dans lesquels ils opèrent. Notre point de vue est que **les médias, entre autres fonctions, jouent le rôle de serviteurs et de propagandistes des puissants groupes qui les contrôlent et les financent.** Les porteurs de ces intérêts ont des objectifs précis et des principes à faire valoir, ils sont aussi en position d'infléchir et d'encadrer l'orientation des médias. Cela ne s'opère généralement pas au moyen d'interventions directes et grossières mais plutôt grâce à la sélection d'un personnel politiquement aux normes et l'intériorisation par les rédacteurs et les journalistes des priorités et des critères définissant ce qu'est une information valable en conformité avec les politiques de l'establishment.

Les facteurs structurant le système sont *la propriété et le contrôle directs* des médias, mais aussi les autres sources de *dépendance financière* — et particulièrement les *annonceurs* —, ainsi que les *intérêts et liens croisés* des médias avec ceux qui font (et ont les moyens de définir) l'information et son sens. Le modèle de propagande intègre aussi d'autres formes de pouvoir, comme la capacité d'organiser des *campagnes de protestation* contre le traitement d'une information par les médias (dans le jargon : « *flak* » — du nom d'un canon de DCA allemand) et de fournir des « *experts* » confirmant la version officielle d'un événement donné. Enfin s'ajoute la capacité à faire régner l'idéologie et les principes élémentaires que les élites et le personnel médiatique tiennent pour acquis alors même qu'une bonne part de la population les récusent¹. Dans un tel contexte, les pouvoirs qui possèdent les médias, les financent par le biais de la publicité, définissent l'information *a priori* puis produisent tant les contre-feux que les experts sur mesure nous semblent être au cœur de la production de l'idéologie dominante et des catégories d'entendement.

Pour nous, ce que font les journalistes, ce qu'ils considèrent comme de l'information digne d'intérêt et les présupposés sur lesquels se fonde leur travail s'expliquent généralement très bien par le seul jeu des incitations, pressions et autres contraintes que prend en compte une telle analyse structurelle.

Bien que prépondérants dans le fonctionnement des médias, ces facteurs structurels ne contrôlent pas tout, et les effets qu'ils produisent sont loin d'être constants, simples et homogènes. Il est de notoriété publique, et doit être intégré à part entière dans une critique institutionnelle telle que celle que nous présentons ici, que les divers composants des médias jouissent d'**une relative autonomie**, que certaines valeurs individuelles ou professionnelles ne sont pas sans influence, que l'on prend soin d'éviter d'imposer une ligne éditoriale stricte et que le système s'accommode parfaitement d'**un certain degré de dissidence** mettant en cause les versions des faits les plus consensuelles. Ce sont ces particularités qui assurent une certaine dose de dissidence et la couverture, comme dans certains reportages, de faits embarrassants.

Toute la beauté du système réside cependant dans le fait que ces points de vue dissidents et ces informations dérangeantes restent **encadrés et tenus à la marge**, de sorte que, s'ils permettent d'affirmer que le système n'est pas monolithique, ils restent en proportion suffisante pour ne pas compromettre la domination de la ligne officielle.

Il est important de souligner que c'est bien de la **structure de l'appareil médiatique** et de son fonctionnement qu'il s'agit ici de traiter, non de son influence sur le public. Sans doute l'adhésion des médias, avec un minimum de dissidence, à un ordre du jour officiel a-t-elle généralement pour effet de pousser le public dans la direction voulue, mais tout est question de degré. **Lorsque les intérêts du public divergent drastiquement de ceux des élites et lorsque celui-ci dispose de ses propres sources d'information indépendantes, la ligne officielle peut être fortement ébranlée.** Ce que nous soulignons est que le modèle de propagande décrit des forces qui surdéterminent la forme de ce que font les médias. Ce qui n'implique aucunement **que toute propagande médiatique soit nécessairement efficace.**

On trouvera en fin de chapitre une réactualisation du modèle de propagande et des études de cas présentés dans la première édition en 1988, qui demeurent tous parfaitement opérationnels ².

Noam Chomsky & Edward Herman, 2003'

1, Sur nombre de sujets tels que les accords commerciaux, la sécurité sociale ou la hauteur souhaitable des budgets militaires, l'antagonisme est total entre d'un côté les élites et les milieux journalistiques, et de l'autre l'ensemble de la population.

2. C'était aussi vrai en Union soviétique où, suite à la publication dans les médias de révélations embarrassantes au sujet de la guerre en Afghanistan, le ministre soviétique de la Défense accusa la presse de manquer de patriotisme.

Introduction

DES ANNÉES DE RECHERCHE consacrées aux médias nous ont convaincus que les médias sont utilisés pour **mobiliser un vaste soutien aux intérêts particuliers qui dominent les sphères de l'État et le secteur privé.** Leurs choix de mettre en avant un sujet ou d'en occulter d'autres s'expliquent souvent beaucoup mieux dans un tel cadre d'analyse, et dans certains cas avec la force de l'évidence.

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.

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**. Le modèle de propagande que nous décrivons en détail dans le premier chapitre permet d'éclairer les forces qui induisent les médias à jouer leur rôle d'organes de propagande, les processus de sélection biaisés de l'information, et les choix éditoriaux qui en découlent. Dans les chapitres suivants, nous nous efforçons de démontrer que l'on peut appliquer ce modèle à la production médiatique telle quelle se présente à nous.

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. Claire Sterling par exemple, et les experts du Georgetown Center for Stratégie and International Studies - Walter Laqueur, Michael Ledeen et Robert Kupperman -, ont été installés par les médias comme experts du terrorisme. Nous examinerons dans le chapitre IV le rôle de Claire Sterling et de Paul Henze dans la mise en place du rouleau compresseur médiatique de « la filière bulgare »

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'État. 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. Nous étudions dans le premier chapitre la création d'experts pour répondre aux besoins du système.

Les acteurs décisifs se trouvent en nombre suffisamment restreint pour pouvoir éventuellement agir de façon concertée, comme des vendeurs en situation oligopolistique. Cependant, dans la plupart des cas, si les dirigeants des médias font des choix identiques, c'est simplement parce qu'ils ont la même vision du monde, partagent les mêmes motivations, sont soumis aux mêmes contraintes et de fait présentent ou occultent les faits de la même manière, à l'unisson dans une logique suiviste.

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.

Jacques Ellul souligne une caractéristique essentielle de la propagande : *« Le propagandiste ne peut révéler les intentions réelles de l'autorité pour laquelle il agit. [...] Cela reviendrait à livrer ses projets au débat public, aux aléas de l'opinion publique, et leur ôterait de fait toute chance de succès. [...] La propagande doit au contraire couvrir ces projets comme un voile, masquant l'intention véritable. »*

Le pouvoir qu'a le gouvernement de **fixer cadres d'interprétation et ordres du jour et de soustraire tout fait gênant aux interrogations de l'opinion publique** apparaît lui aussi de manière flagrante dans la couverture des campagnes électorales d'Amérique centrale - analysées au chapitre III et, pour certains cas spécifiques, tout au long des chapitres suivants.

Lorsqu'une politique gouvernementale n'essuie que peu ou pas d'opposition au sein de l'élite elle peut néanmoins se trouver remise en cause à la marge dans les médias ; et des faits qui, pour peu qu'on en saisisse réellement la portée, suffisent à réfuter la ligne du gouvernement, pourront même être mis à jour, généralement dans la presse écrite et en dernière page. C'est là l'un des points forts de notre système : des faits des plus embarrassants peuvent s'y voir donner une importance considérable - comme ce fut le cas durant la guerre du Vietnam, pour faire écho au désaveu croissant de l'électoral (auquel se rallia même une partie de l'élite à partir de 1968). Et cependant, comme nous pourrions le voir au chapitre V, même dans des circonstances aussi exceptionnelles, **il demeure presque impossible à certaines informations ou commentaires de paraître dans les médias s'ils ne sont pas strictement compatibles avec le dogme du moment** (celui de la bienveillance désintéressée de l'engagement américain, répondant à l'agression et à la terreur.) Pendant et après la guerre du Vietnam, les apologistes de la politique américaine ont monté en épingle ces informations dérangeantes, le « pessimisme » récurrent des ténors de l'info ou les débats portant sur des questions tactiques, mais dans le but de dénoncer l'attitude « frondeuse » des médias, accusés à ce titre d'avoir « perdu » la guerre. Pour ridicules qu'elles fussent, ces accusations n'en avaient pas moins le double avantage de

travestir le rôle réel des médias et dans le même temps d'amener ces derniers à coller toujours plus aux thèmes de la propagande d'État.

Nous avons toujours défendu l'idée que le fonctionnement « naturel » de tels mécanismes, laissant sporadiquement apparaître des faits dérangeants dans les strictes limites de présupposés intangibles, tout en excluant les points de vue plus fondamentalement dissidents (qui peuvent s'exprimer dans la presse alternative), sont à la base d'un système de propagande infiniment plus crédible et efficace qu'un système de censure officielle au service d'un ordre du jour patriotique.

Notre critique des biais et des priorités sélectives des médias s'appuie, pour un certain nombre de faits précis, sur des informations publiées dans les médias eux-mêmes. Cela a ouvert la porte à une accusation récurrente de sophisme. Le fait qu'un critique des médias s'appuie sur les médias eux-mêmes étant avancé comme la « preuve » par excellence que la critique se contredit elle-même et que la couverture des faits donnée pour discutable est en réalité parfaitement honnête. En réalité, **le fait que les médias publient des faits sur un sujet ne prouve en rien que la couverture soit adéquate ou juste**. Comme nous pourrions le voir dans les chapitres suivants, les médias occultent une part considérable de ce qui permet de comprendre un événement. Mais plus cruciale encore est la **place accordée à tel ou tel fait : le moment, la mise en page, le ton, la répétition, les éléments de contextualisation, les faits et les analyses qui lui donnent sens (ou l'en privent)**. Qu'un lecteur attentif cherchant un fait précis puisse parfois le trouver, avec un regard critique et en y mettant le temps, ne dit nullement s'il a été donné à ce fait précis le contexte et l'attention qu'il mérite, si un lecteur moyen avait la moindre chance de le comprendre ou s'il était rendu totalement marginal.

Certes, on peut discuter du degré d'attention qu'il mérite, mais prétendre que, dès lors qu'un chercheur assidu et critique peut trouver certains faits, on peut *de facto* tenir pour démontré que la couverture des événements par les médias est nécessairement impartiale, et que, par voie de conséquence, il ne saurait y avoir d'omissions est parfaitement ridicule. Un lecteur attentif de la presse soviétique pouvait certes apprendre des faits qui allaient à l'encontre de la ligne gouvernementale, mais personne n'en déduisit jamais en Occident que cela témoignait de l'objectivité de la presse soviétique ou de la droiture de sa couverture de l'événement.

L'un des points-clés de cet ouvrage est que les campagnes indignées de la presse — **avec ses silences, ses révélations et ses occultations, sa contextualisation sélective, ses présupposés et son ordre du jour** — sont extrêmement utiles pour le pouvoir en place et répondent parfaitement aux besoins du gouvernement et des principaux groupes d'intérêts. Se localiser sur les victimes du communisme permet de persuader l'opinion de l'ignominie de l'ennemi et **justifie par avance toute intervention armée, subversion, soutien à des gouvernements terroristes, course sans fin aux armements** — et le tout pour une noble cause. Dans le même temps, la dévotion de nos dirigeants et de nos médias pour ces victimes spécifiques renforce l'orgueil national et le patriotisme en offrant la démonstration de la nature profondément humaniste des nations occidentales.

Le public ne perçoit pas les silences qui entourent les victimes de nos propres États clients, silence non moins indispensable au soutien des politiques que la focalisation constante sur les victimes de l'ennemi. Il eût été très difficile au gouvernement guatémaltèque d'exterminer des dizaines de milliers de personnes si les médias américains y avaient consacré le même type de couverture qu'au harcèlement d'Andreï Sakharov ou au meurtre du père Popieluszko en Pologne. Il eût été impossible de

broyer dans une guerre épouvantable le Sud-Vietnam et l'Indochine tout entière, abandonnées ensuite à leur sort dans un tel état de dévastation qu'ils avaient peu de chances de jamais s'en relever, si les médias n'avaient rallié la cause, faisant d'une agression criminelle un combat pour la liberté et n'acceptant pour critique que des pinaillages tactiques lorsque les intérêts qu'ils représentaient jugèrent le coût de l'agression excessif.

Et il en va de même de bien d'autres cas étudiés plus loin, et de beaucoup trop d'autres qui ne le seront pas.

Noam Chomsky et Edward Herman

Les filtres de l'information

- 1) **Taille, actionnariat, orientation lucrative des médias**
(concentration des grands médias aux mains de quelques uns)
- 2) **La régulation par la publicité**
(poids des annonceurs sur les programmes)
- 3) **Qui sont les sources de l'information ?**
(production massive d'information par les milieux gouvernementaux et milieux d'affaire qui fixent l'agenda et produisent les « experts » légitimant l'information)
- 4) **Contre-feux et autres moyens de pression**
(appels téléphoniques dans les rédactions, menaces, poursuites judiciaires, déclarations, protestations...)
- 5) **L'anticommunisme (aujourd'hui l'anti-islamisme)**
(idéologie aidant à mobiliser le peuple contre un ennemi)
- 6) **Asymétrie et campagnes de propagande**
(sélection des victimes dignes d'intérêt, sur lesquelles on communique massivement et celles indignes d'intérêt largement occultées)