



« Quels médias pour la paix? »

15 et 16 octobre 2022, Soleure

Alan MacLeod

Je suis un journaliste d’investigation travaillant pour l’organe d’information palestino-étasunien MintPress News. J’ai aussi été publié ou cité dans de nombreux médias de langue anglaise parmi les plus connus. J’avais été auparavant un universitaire spécialisé dans les études portant sur la presse et le journalisme.

Cela fait ainsi plus d’une dizaine d’années que je suis de près les médias, leur agenda et leur façon de travailler, aussi bien de loin que depuis l’œil du cyclone. Et le message principal que je souhaite faire passer aujourd’hui est que *les médias ne sont pas vos amis*. Pour la plupart les journalistes ne sont pas de courageux diseurs de vérité résistants au pouvoir, mais de simples rouages dans d’énormes machines qui brassent des millions d’euros et ont leur agenda propre. Les médias contestent rarement le pouvoir ; ils sont le pouvoir, la voix des puissants. Leur rôle est de façonner l’opinion publique d’une manière qui profite aux intérêts de leurs propriétaires milliardaires et des publicitaires.

Nous autres, en occident, aimons penser que nous vivons dans une société pluraliste où tous les points de vue sont exprimés et que la « propagande » existe essentiellement dans des états autoritaires comme l’URSS ou la Corée du Nord. Nous aimons aussi mettre en garde contre les médias d’état, mais en réalité nous vivons dans un état tombé sous la coupe des entreprises et les médias privés sont donc des médias d’état par défaut.

Nos kiosques à journaux et nos télévisions offrent très peu de diversité d’opinions. En Grande-Bretagne, où je vis, trois entreprises de presse seulement contrôlent plus de 70% des journaux en circulation—News UK (propriété de Rupert Murdoch), DMGT et Trinity Mirror. En Finlande, les quatre plus grands opérateurs de TV atteignent 92% des téléspectateurs et encaissent 97% des bénéfices.

Même en Suisse, où les différences linguistiques contribuent à maintenir une certaine diversité des titres, les propriétaires du Groupe TX, qui possèdent *20 Minuti*, *24 Heures* and la *Berner Zeitung*, entre autres, contrôlent la moitié du marché.

En 2018, la Commission européenne a publié un rapport relevant que la concentration de la propriété des médias constituait l'un des plus grands défis pour la diversité de l'information et des points de vue en Europe.

Mais ces entreprises ne se contentent pas de posséder des médias. Comme l'a relevé le respecté journaliste indien Palagumi Sainath,

*« Les grandes entreprises médiatiques sont des acteurs importants dans des domaines allant de l'agriculture à l'aviation, du sucre aux marchés boursiers, de la finance à la mode, de la gestion à l'exploitation minière. Il est désormais très difficile de faire la différence entre le quatrième pouvoir et l'immobilier. On observe en outre des interactions extrêmement compliquées entre administration et actionariat qui voient des dirigeants d'entreprises siéger dans les conseils d'administration de médias. Le fait est que les médias ne sont pas pro-entreprise, les médias ne sont pas pro-business, les médias ne sont pas pro-establishment, ils sont son arme idéologique d'avant-garde. »*

Ces entreprises gigantesques imposent un contrôle idéologique strict de leurs employés. Ainsi, par exemple, l'entreprise Axel Springer, basée en Allemagne, qui contrôle plus de 150 titres et emploie plus 15 000 personnes dans le monde, oblige ses employés à faire allégeance à l'Union européenne, au libre marché, au capitalisme néolibéral, ainsi qu'à soutenir le gouvernement d'Israël. Elle est même allée récemment jusqu'à licencier en masse de nombreux collaborateurs musulmans ou arabes qui avait exprimé leur opposition après la dernière attaque d'Israël contre Gaza.

Entre-temps, la totalité des 175 journaux appartenant en 2003 à Rupert Murdoch avaient soutenu la très controversée invasion de l'Irak par les Etats-Unis d'Amérique et le Royaume-Uni.

Un autre oligarque des médias, Conrad Black, a été explicite en ce qui concerne le contrôle total qu'il exerce sur son personnel. Il a déclaré : "Si les éditeurs sont en désaccord avec nous, ils doivent l'être lorsqu'ils ne sont plus employés par nous. C'est le propriétaire qui paie. C'est moi qui paie les salaires et c'est donc moi qui décide ce que doivent dire les journaux".

En bref, les groupes de presse ont pour but, dans notre société, de contribuer à créer une hégémonie idéologique, selon l'expression du penseur radical Antonio Gramsci, dans laquelle les intérêts et les penchants de l'élite sont présentés comme allant de soi, normaux et évidents. Cinquante ans plus tard, les intellectuels Edward Herman et Noam Chomsky ont qualifié ce processus de "fabrique du consentement" au sein de la population dans son ensemble.

La concentration de la propriété des médias a des conséquences bien réelles. Le politicien italien Silvio Berlusconi, principal actionnaire de la plus grande entreprise privée de télévision d'Italie, de sa plus grande maison d'édition et de sa principale agence de publicité, a été en mesure d'utiliser son empire médiatique pour devenir premier ministre et se maintenir au pouvoir.

Ce qui est désormais clair pour tout le monde – même pour ceux qui n'ont qu'un intérêt limité pour les médias – c'est que nous sommes en train de vivre l'agonie du vieux système et la naissance d'un nouveau. Les médias sont en crise et les ventes de la presse écrite connaissent une baisse dramatique dans toute l'Europe. A l'heure actuelle, seuls 5% des Norvégiens et 3% des Irlandais déclarent que la presse écrite est leur source d'information, alors que les médias en ligne progressent rapidement.

Il en va de même en ce qui concerne la télévision. En 2016, elle constituait la principale source d'information de 69% des Suisses. Aujourd'hui ce chiffre est tombé à 57%. En Espagne, il est passé de 72% à 59% au cours de la même période, et en Pologne il est tombé de 81% à 59%.

Beaucoup de gens se sont réjouis de ce déclin, en disant « bon débarras ». La méfiance à l'égard des médias en tant qu'institution n'a jamais été aussi forte en Europe. Selon le dernier rapport du Reuters Digital Media Institute, la plupart des Européens sont activement hostiles à leurs propres médias. Seuls 26% des Slovaques, 27% des Grecs, 29% des Français, 32% des Espagnols et 35% of Italiens font un tant soit peu confiance aux médias. (Pour ceux que cela intéresse, ce chiffre est de 46% en Suisse).

Dans le même temps, seuls 7% des Grecs et 13% des Italiens et des Espagnols considèrent que leurs médias ne sont pas soumis à des pressions politiques indues. Le meilleur résultat a été enregistré en Finlande, où 50% des personnes interrogées étaient convaincues que la presse n'est pas politiquement contrôlée.

En bref, les médias traditionnels font face à une crise de crédibilité énorme et justifiée.

Dans les années 1990 et 2000, des nombreux sociologues et universitaires spécialistes de l'étude des médias ont beaucoup espéré que l'internet deviendrait une force de libération – un réseau pair à pair susceptible de démocratiser le système d'information et de faire advenir un nouvel âge d'or de la communication.

Cependant, non seulement cela ne s'est pas produit mais les degrés de concentration de la propriété et de censure en ligne sont sans doute même pires que dans les anciens médias. Les monopoles géants tels qu'Amazon, Google et Facebook dominent l'internet.

Facebook compte près de 3 milliards d'utilisateurs réguliers, ce qui confère à cette entreprise le pouvoir énorme de promouvoir ou de supprimer des messages et des idées sur le plan mondial. Grâce à ses flux d'actualité et à ses algorithmes, Facebook est devenu de loin le plus grand moyen de communication de l'histoire humaine. Avant l'internet aucun distributeur de nouvelles n'avait jamais atteint ne fut-ce que 5% de la portée de Facebook.

Simultanément, le fondateur d'Amazon, Jeff Bezos, est devenu l'homme le plus riche du monde et a utilisé sa richesse pour acheter le *Washington Post* et en faire un instrument au service de ses intérêts commerciaux.

Le co-fondateur de Microsoft, Bill Gates, est également un important baron des médias. On a besoin de Microsoft pour un réseau social tel que LinkedIn, de matériel informatique comme Microsoft Surfaces et Windows Phone, de logiciels comme Microsoft OS. Et les lettres "MS" dans MSNBC (chaîne d'information en continu) veulent dire "Microsoft." En outre, mes recherches ont permis de mettre en évidence que Gates avait donné au moins 319 millions de dollars US à des médias du monde entier, notamment des millions pour Der Spiegel (Allemagne), El País (Espagne), Le Monde (France) et the Guardian (Royaume-Uni). En retour, ces médias ont fermé les yeux sur ses agissements et lui ont assuré une couverture médiatique positive.

Au cours de la semaine écoulée, 60% des Européens ont utilisé Facebook pour y chercher des informations ou pour communiquer, 51% ont utilisé WhatsApp et 40% Instagram, tous les trois appartenant à une seule entreprise. Ces gigantesques monopoles confèrent aux géants en ligne un incroyable pouvoir d'influence sur l'opinion publique. Et ils les utilisent précisément dans ce but.

Une récente étude de Twitter a par exemple démontré que l'algorithme de cette entreprise mettait en avant les politiciens de droite au détriment des politiciens de gauche dans de nombreux pays européens, notamment en France, en Espagne et au Royaume-Uni. Dans le même temps, le fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg, a reconnu qu'il ralentissait le trafic vers les sites d'information de gauche sur sa plateforme, en raison explicitement de leur orientation politique.

Décourager les idées qui mettent en question le système dont ils bénéficient est une tactique clé des géants des réseaux sociaux. Google, par exemple, attaque sans arrêt les sites internet des médias alternatifs, en les rétrogradant, les reléguant ou les supprimant des listes de résultats de recherches. MintPress News, le site d'information pour lequel je travaille, a perdu près de 90% de son trafic de recherches sur Google depuis 2016 et d'autres sites d'information alternatifs ont souffert de pertes similaires, irréparables. Ce déclin catastrophique a entraîné la fermeture d'innombrables sites d'information alternatifs.

Google et Facebook contrôlent également la publicité en ligne suppriment régulièrement toutes les publicités de sites dont ils désapprouvent le contenu politique, réduisant encore le débat. Il ne s'agit pas seulement de contenus racistes ou haineux, mais de points de vue critiquant les guerres, les inégalités, le capitalisme et le pouvoir des entreprises.

Ce fut notamment le cas de mes investigations concernant le financement par Bill Gates d'entreprises de presse du monde entier. Cet article est devenu viral et a été lu par des centaines de milliers d'internautes. Et pourtant, puisque Google en avait retiré les publicités, jugeant le

sujet « controversé », nous avons perdu le financement qui l'accompagnait. Ce n'était qu'un moyen de plus pour décourager les médias de s'intéresser de trop près aux puissants.

A cela s'ajoute la proximité inquiétante entre les grandes plateformes de réseaux sociaux et la sécurité nationale étasunienne. Au cours des trois dernières années, Facebook, TikTok, Google et Twitter ont recruté tous ensemble des centaines d'agents de la CIA, de la NSA, du FBI, de l'OTAN et d'autres organismes occidentaux. Pire encore, ces individus travaillent rarement dans des domaines politiquement neutres, étant chargés plutôt de questions de fiabilité, de sécurité et de modération des contenus.

Ainsi, par exemple, Aaron Berman, la dernière personne responsable des principales décisions concernant la modération des contenus de Facebook – c'est-à-dire ce que nous avons tous le droit de voir ou de ne pas voir en ligne – fut jusqu'en 2019 l'un des agents les plus gradés de la CIA.

Le journalisme est en crise, et les journalistes eux-mêmes sont plus pessimistes que toute autre corporation quant à l'avenir de leur profession. Il reste cependant une activité extrêmement compétitive, dont la pratique exige souvent de longs stages préalables, ce qui signifie qu'il s'agit en réalité d'une profession réservée aux candidats les plus riches, qui sont en mesure de subvenir à leurs besoins sans toucher de revenu pendant 6 mois ou une année.

Il en résulte que les journalistes sont de plus en plus issus de l'élite et ont donc tendance à percevoir ceux qui tentent de changer le système comme des menaces qu'il faut conjurer et combattre.

Les longues heures et les conditions précaires de travail ne sont pas propices à une pensée indépendante. Seuls ceux qui plaisent à leur hiérarchie obtiendront le contrat permanent tant convoité. Et comme les médias ont davantage tendance à réduire la voilure qu'à recruter, les employés sont encore plus poussés à respecter les ordres venus d'en haut.

A cela s'ajoute qu'à l'heure de l'internet les journalistes se voient contraints de produire plus avec moins de ressources que jamais, ce qui entraîne surcharges de travail, fatigue et surmenage. Les critères de sélection du système sont donc la déférence et l'obéissance plutôt que la créativité, avec la menace pour ceux qui font tanguer la barque d'être débarqués prématurément.

Le domaine du journalisme professionnel est ainsi devenu l'un des plus conformistes de tous. Cette tendance connaît, bien entendu, de nombreuses et notables exceptions, dont certaines participent à la présente conférence, mais la situation est globalement préoccupante.

C'est important, car qu'ils le veuillent ou non, les médias disposent d'un énorme pouvoir au sein de la société. Comme l'a écrit le journaliste et professeur universitaire arméno-étasunien Ben Bagdikian, les grands médias sont "L'autorité qui décrète à tout moment ce qui est vrai et

ce qui est faux, ce qui est la réalité et ce qui n'est qu'imagination, ce qui est important et ce qui ne l'est pas. Il n'existe pas de moyen plus puissant de façonner l'opinion publique.”

Malcolm X a résumé cela dans les autres termes suivants : « Si vous n'y prenez pas garde, les journaux vous feront haïr les opprimés et aimer ceux qui les oppriment. ».

Les médias sont trop souvent utilisés pour aider à déclencher des guerres. Avant d'envoyer des troupes on envoie des journalistes. Mais si nous avions des médias plus représentatifs et plus démocratiques, ils pourraient servir à mettre fin aux guerres. C'est quelque chose à quoi nous devrions tous ici nous employer.

C'est aussi la raison pour laquelle il est si crucial de scruter de manière analytique tout ce qu'on lit et d'élaborer une approche critique des médias. Je souhaite vivement que notre conférence de cette fin de semaine contribue à ce que nous atteignons tous cet objectif. Merci.

Traduction française par Philippe Stroot