

normand baillargeon

petit cours d'autodéfense intellectuelle

illustrations
de charb



CHARB.

NORMAND BAILLARGEON

PETIT COURS
D'AUTODÉFENSE
INTELLECTUELLE

ILLUSTRATIONS DE CHARB

Édition revue et corrigée



La collection « Instinct de liberté », dirigée par Marie-Eve Lamy et Sylvain Beaudet, propose des textes susceptibles d’approfondir la réflexion quant à l’événement d’une société nouvelle, sensible aux principes libertaires.

© Lux Éditeur, 2005, 2006
www.luxediteur.com

14^e réimpression

Dépôt légal : 4^e trimestre 2006
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN 978-2-89596-044-7

eBook réalisé par eMartini

Ouvrage publié avec le concours du Conseil des arts du Canada, du Programme de crédit d’impôt du gouvernement du Québec et de la SODEC. Nous reconnaissons l’aide financière du gouvernement du Canada par l’entremise du Fonds du livre du Canada (FLC) pour nos activités d’édition.



Que peut-on tirer, en pratique, de ces analyses ?

Si elles sont justes, les médias, qui traitent de certains sujets seulement parmi tous les sujets possibles, qui le font à partir de certains points de vue particuliers, de certaines valeurs et de certaines conceptions du monde, tendront à occulter certains faits, analyses et données ou à en fausser systématiquement la présentation. Le penseur critique doit apprendre à repérer ces omissions et ces biais. Comment doit-il s'y prendre ?

La section suivante propose quelques éléments de réponse à cette question.

5.3. 31 STRATÉGIES POUR ENTREtenir UNE ATTITUDE CRITIQUE PAR RAPPORT AUX MÉDIAS

Chaque jour, des douzaines de personnes sont tuées par arme à feu à Springfield ; mais jusqu'à aujourd'hui, aucune de ces personnes n'était importante. Mon nom est Ken Brockman. À trois heures de l'après-midi, vendredi, l'autocrate local C. Montgomery Burns a été atteint d'une balle après un intense affrontement à l'hôtel de ville. Burns a été aussitôt envoyé à l'hôpital local, où on l'a déclaré

mort. Il a ensuite été transféré à un meilleur hôpital où les médecins ont progressivement amélioré son état jusqu'à « vivant ».

—Les Simpsons (épisode 2F20, 17 mai 1995).

1. Faites-vous l'avocat du diable. Face à une assertion ou une thèse, cherchez ce qu'on pourrait alléguer contre elle tout en vous demandant s'il existe un autre point de vue et des raisons de le soutenir.

2. Substitution de mots. Amusez-vous à remplacer certains mots utilisés par d'autres mots ayant des connotations, voire des dénnotations différentes et demandez-vous si les nouvelles significations ne pourraient pas elles aussi être défendues. Parle-t-on de libre-échange ? Mettez à sa place « échanges administrés ». Bien souvent, cela correspond bien mieux à la réalité. Parle-t-on d'éducation ? Mettez « endoctrinement ». Parle-t-on d'écologie et de protection de l'environnement ? Vous mettez... À vous de jouer.

3. Écrivez ou téléphonez aux médias. Vous avez lu ou vu une chose inacceptable ? Plaignez-vous. Les journalistes et leurs patrons sont sensibles aux critiques du public.

4. Soyez rigoureux. Votre cerveau est un territoire qu'un ennemi veut occuper en vous persuadant de certaines choses. Ne prenez pas à la légère l'organisation de la résistance. Pratiquez une écoute et une lecture actives. Prenez des notes, enregistrez, découpez. Prenez la saine habitude de noter soigneusement toutes les informations relatives à un événement dont vous voulez parler : Qui ? Quoi ? Quand ? Dans quel contexte ?

5. Devenez danseur ou danseuse. Pratiquer cet art de danser avec les idées qu'évoquait Nietzsche. C'est pour vous crucial. Soit un événement donné tel qu'il est décrit dans les grands médias. Amusez-vous à l'examiner dans des cadres conceptuels différents et multipliez les points de vue. Comment le décrirait-on dans le tiers-monde ? Dans les quartiers défavorisés de Montréal ? Dans les quartiers très favorisés de la même ville ?

6. Repérez les connivences et les renvois d'ascenseurs. Les gens des médias font partie d'une certaine élite et entretiennent entre eux et avec cette élite des rapports qu'il est important de repérer. X invite Y à son émission, qui parle en retour de son livre dans sa chronique, Z l'invite à une conférence en France et ainsi de suite...

7. **Méfiez-vous de la trompeuse symétrie.** En 1996, aux États-Unis, la *Society of Professional Journalists* a retiré le concept d'objectivité de son Code d'éthique et l'a remplacé par divers autres concepts comme « équitabilité », « équilibre », « précision », « complétude », « justesse ». On a justifié cette décision en expliquant que bon nombre de journalistes considèrent désormais que le mot objectivité ne traduit ni ce que les journalistes sont en mesure d'accomplir, ni ce qu'il est souhaitable d'attendre d'eux. La mutation que traduit ce changement de terminologie est importante : elle fait passer d'une recherche d'objectivité désormais tenue pour illusoire à une volonté d'équilibre dans la présentation des points de vue divergents sur une question donnée. Se montrer sensible à une large diversité de positions est sans doute une chose tout à fait louable. Mais l'abandon du concept d'objectivité qui la précède et la commande fait craindre la pire dérive relativiste, et cela, pour une raison philosophique que Platon avait déjà parfaitement énoncée. Le cas du réchauffement planétaire est intéressant à plus d'un titre.

MISÈRES DU RELATIVISME ÉPISTÉMOLOGIQUE

Examinons brièvement cette idée de relativisme épistémologique, tellement répandue aujourd'hui comme hier et selon laquelle le vrai est relatif. Un penseur critique doit avoir réfléchi à cette question et résister à ces sirènes.

Commençons par nous demander ce que peut bien signifier l'idée que la vérité soit relative. Relative à quoi, d'abord ? Protagoras, un sophiste dont Platon fera une critique exemplaire et un des tout premiers à soutenir le relativisme épistémologique, donnait la vérité pour relative à « l'homme, mesure de toutes choses » — mais sans dire clairement si par homme il fallait entendre l'individu (tel ou tel être humain), l'espèce (l'humanité), voire tel ou tel groupe d'êtres humains réunis en société (les Athéniens, les Spartiates). Mais, quelle que soit la version du relativisme qu'on adopte, elle conduit à des conséquences intenable et doit donc être rejetée.

Dans le premier cas — la vérité est relative aux individus — ce subjectivisme conduit à d'étranges conclusions. Si le fait de croire une proposition vraie la rendait telle, nous serions infaillibles du moment que nous admettons quelque chose comme vrai ; des désaccords entre individus seraient impossibles, parce que sans objet ; tout le monde aurait raison.

De même, dans le deuxième cas — la vérité est posée comme étant relative aux sociétés— ce relativisme social conduit lui aussi à de bien étranges conclusions. Ici encore, la société serait infaillible ; des propositions comme « La terre est plate » devraient être admises comme vraies dès lors qu'elles sont crues telles par un groupe social.

Mais le principal argument contre le relativisme est sans doute ce « pétard relativiste », comme le nomme Harvey Siegel. La défense du relativisme est en effet ou impossible ou contradictoire, puisque ou bien on le défend à l'aide d'arguments non relativistes et, en ce cas, on admet ce que, le défendant, on veut nier ; ou bien on le défend à l'aide d'arguments relativistes et alors on ne le défend pas et notre interlocuteur peut toujours affirmer penser le contraire. Comme l'écrit Siegel : « Le relativisme est de manière auto-référentielle incohérent ou auto-réfutant puisque pour défendre cette doctrine, il faut l'abandonner. » (H. Siegel, *Relativism Refuted*, D. Reidel, Dordrecht, Pays-Bas, 1987, p. 9.)

La leçon à tirer de ces analyses, qui remontent à Platon, est très importante. Nous sommes faillibles, notre savoir est limité et il est produit par des êtres humains vivants en société : tout cela est entendu. Mais l'idée de vérité elle-même, comprise comme quelque chose qui existe indépendamment de nous, est un concept régulateur rigoureusement indispensable de toute activité cognitive.

À ce sujet, il y a, en effet, une très grande convergence des opinions informées. Le fait de mettre en face les unes des autres, comme si elles étaient comparables et pouvaient s'équilibrer, les opinions des experts et celles de groupes de pression, donne une illusion profondément trompeuse de symétrie. Une récente étude de Fairness and Accuracy In Reporting (FAIR) le montre remarquablement⁸⁶.

8. **Comparez**, par exemple à l'aide d'Internet, les traitements qui sont proposés des mêmes événements dans deux pays différents.

9. **Connaissez** parfaitement, de manière à pouvoir en reconnaître les pratiquants, les dix commandements de l'Église d'idéologie.

LES DIX COMMANDEMENTS DE L'IDÉOLOGUE

1. Tu feras passer le singulier pour l'universel ;
 2. Tu occulteras le travail accompli, faisant ainsi passer pour naturels les marchandises et les textes culturels ;
 3. Tu te serviras de fausses analogies ;
 4. Tu donneras l'impression de l'objectivité, de manière à occulter ton parti pris particulier ;
 5. Surtout sujet ou débat, tu traceras soigneusement les limites de ce qui est acceptable — en d'autres termes, tu contrôleras l'ordre du jour ;
 6. Tu donneras l'explication la plus simple comme étant nécessairement la meilleure — ce qui est un sophisme ;
 7. Tu rendras ordinaire ce qui est hors de l'ordinaire — par exemple, en disant que nos dirigeants sont des gens ordinaires, pareils à nous ;
 8. Tu embrouilleras et feras en sorte que l'on s'attarde à la surface des choses plutôt qu'au phénomène en son entier ;
 9. Tu créeras et alimenteras l'illusion que l'histoire conduit exactement au moment présent et à la situation actuelle ;
10. **Sachez reconnaître** ce que l'Observatoire des médias, en France, appelle *les figures imposées*.

L'observateur critique des médias portera une attention particulière aux genres et pratiques qui ont pour effets :

La domination : la mise en mots et en scène des ouvriers et employés, et particulièrement des femmes ; le paternalisme élitair et masculin qui suinte dans les reportages sur la vie professionnelle et la vie privée ; le « racisme de classe » et le « racisme de l'intelligence », qui conduisent des journalistes à évoquer avec condescendance ou mépris le monde des classes populaires qu'ils ne connaissent pas. Les dirigeants éditoriaux sont souvent issus des classes dominantes ; ils sortent de plus en plus fréquemment d'écoles de journalisme et parfois de grandes écoles, où ils intériorisent une sociabilité bourgeoise ; leurs revenus les rapprochent des cadres supérieurs ou des professions libérales. Tout cela enracine chez eux des intérêts particuliers ainsi qu'une manière particulière de voir le monde.

La dépolitisation : le fait divers « qui tait diversion », et la transformation de toute question (sociale ou internationale) en fait divers ; la personnalisation à outrance (et la multiplication des portraits, y compris parfois avec le consentement de responsables de mouvements collectifs qui affirment combattre l'individualisme) ; la présentation politicienne de toutes les questions politiques et la présentation technicienne de toutes les questions économiques.

La promotion : les renvois d'ascenseurs, complaisances et connivences qui permettent de constituer une prétendue « élite » à laquelle le « peuple » devrait rendre des comptes de son « irrationalité » et de son « populisme ».

La dépossession : l'art de priver de parole ceux-là mêmes à qui on la donne. À analyser par exemple et concrètement : « Le Téléphone sonne » (France Inter), « Maisonneuve en direct » (Radio Canada), les micros-trottoirs, les témoignages, les débats devant des « panels », les questions par Minitel ou courrier électronique, les sondages...

—Source : PLPL et Acrimed, *Informer sur l'information. Petit manuel de l'observateur critique des médias*, p. 14-15.

11. Collationnez les premières pages de votre quotidien préféré pendant un mois et faites-en l'analyse. Pour cela, décidez des critères que vous retiendrez ; définissez-les le mieux possible ; construisez votre grille de lecture ; appliquez-la. Montrez vos résultats à un ami qui, idéalement, ne partage pas vos idées sociales et politiques et discutez-en ensemble. Si possible, comparez vos résultats avec les siens s'il a accepté de faire la même démarche.

12. Réunissez les 50 derniers éditoriaux ou les 50 dernières chroniques d'un même journaliste et analysez-les sous différents angles. Quels sont les sujets traités ? Quelles sources sont citées ? Quel vocabulaire est employé ? Et ainsi de suite.

13. Considérez le titre donné à un article ou une nouvelle. Est-il conforme à ce que vous avez lu ? Quel autre titre aurait été possible ? Souhaitable ? Y a-t-il des raisons qui pourraient expliquer pourquoi ce titre plutôt qu'un autre a été retenu ? Rappelez-vous que si les chroniqueurs et éditorialistes titrent eux-mêmes leurs textes nouvelle. Est-il conforme à ce que vous avez lu ? Quel autre titre aurait été possible ? Souhaitable ? Y a-t-il des raisons qui pourraient expliquer pourquoi ce titre plutôt qu'un autre a

été retenu ? Rappelez-vous que si les chroniqueurs et éditorialistes titrent eux-mêmes leurs textes en général, ce n'est pas le cas des nouvelles et d'autres types de textes.

14 Identifiez les sources qui alimentent les médias que vous ne connaissez pas et cherchez à en savoir plus long sur elles Si vous pratiquez une écoute et une lecture actives, vous ne tarderez pas à repérer des sources citées de manière récurrente : l'institut Fraser, le FMI, le Conseil canadien des chefs d'entreprise, l'Institut économique de Montréal (IEDM), par exemple. De quoi et de qui s'agit-il ? Internet vous sera sans doute utile pour le déterminer. Visitez les sites Internet de ces institutions. Lisez leurs publications. Repérez leurs traces dans les médias. Quand, par qui, à quelle fréquence, comment et à quelles fins ces études sont-elles utilisées ?

AMIS DE LA FORÊT, BONSOIR...

La B.C Forest Alliance veut promouvoir une approche équilibrée de la gestion des forêts en Colombie Britannique. Il était temps qu'on prenne ça au sérieux, dites-vous ? La fibre écologique s'agite en vous ? Méfiez-vous !

Il s'agit en fait d'un organisme mis sur pied par Burson-Marsteller, la gigantesque firme de relations publiques, afin de contrer le « manque de confiance » [*sic*] et l'inquiétude de la population à l'endroit des coupes à blanc et de la pollution engendrée par les moulins à scie. Cette vertueuse façade cache des entreprises et leurs visées de profit privé à tout prix. Relations publiques : avoir des relations, se moquer du public

—On lira *The Greenpeace Guide to Anti-Environmental Organizations*, Odonian Press, Berkeley, 1998, pour connaître une foule d'organisations semblables à la Burson-Marsteller.

15. Apprenez ce que sont les légendes urbaines et ne tombez pas dans ces grossiers panneaux.

LÉGENDES URBAINES. DES HISTOIRES TROP BELLES POUR ÊTRE VRAIES...

Vous connaissez l'histoire de cette jeune fille à qui des parents ont demandé de garder leur bébé pendant leur sortie au restaurant et de mettre le poulet au four ?

En revenant chez eux, quelques heures plus tard, les parents ont constaté avec horreur que la jeune fille, qui était complètement droguée, avait mis le bébé au four.

Ou encore cette histoire de l'étudiant arrivant en retard à son examen universitaire de mathématiques ? Trois problèmes sont inscrits au tableau. L'étudiant, qui est doué, résout assez facilement les deux premiers, mais il bute sur le troisième. Il y travaille d'arrache-pied et finit *in extremis*, juste avant de rendre sa copie, par trouver ce qu'il pense être une possible solution. Le lendemain, il reçoit un appel de son professeur. L'étudiant est convaincu que c'est parce qu'il a complètement raté le troisième problème. Mais son professeur lui annonce que seuls les deux premiers problèmes constituaient l'examen ; le troisième, qui avait été inscrit au tableau à titre d'exemple, n'en faisait pas partie. C'était, explique le professeur, un problème resté irrésolu depuis un siècle, et qu'Einstein lui-même avait été incapable de résoudre. Or l'étudiant venait de le solutionner et d'entrer ainsi dans l'histoire des mathématiques.

Saviez-vous enfin qu'une chaîne de fastfood dont on taira le nom utilise des vers de terre au lieu de bœuf pour fabriquer ses hamburgers ? L'ami d'un ami l'a appris de la plus étrange manière...

Ces histoires sont ce 'qu'on appelle des légendes urbaines, puisque c'est désormais ainsi que l'on nomme l'intéressant et complexe phénomène social de ces mythologies contemporaines.

De tels récits circulent dans la culture populaire et sont répétés, parfois avec seulement quelques variations. Souvent, l'amorce est que ce que le conteur va dire est arrivé à un ami d'un ami ; ce trait revient d'ailleurs avec une si grande fréquence que les personnes qui, aux États-Unis, collectionnent et étudient les légendes urbaines, ont créé un acronyme pour le désigner : *FOAF*, pour *friend of a friend*.

Les légendes urbaines ne sont pas toutes nécessairement fausses ; d'ailleurs, on ne peut évidemment pas prouver que ce qui est affirmé n'est pas arrivé — puisqu'on ne peut pas, au sens strict, prouver une proposition factuelle négative. Mais on ne dispose en général d'aucune preuve confirmant que ce soit réellement arrivé : Quiconque remonte la piste de ces histoires se heurte presque toujours à des impasses : c'est ainsi que l'ami de l'ami est inexistant, ou tenait lui-même l'histoire d'un ami qui disait la tenir d'un ami et ainsi de suite.

Tentons une définition qui réunira les caractéristiques courantes des légendes urbaines.

Les légendes urbaines sont des histoires apocryphes (c'est-à-dire douteuses et suspectes) mais au moins un peu plausibles, qui circulent le plus souvent oralement entre individus (même si on en trouve aussi sur Internet et dans des recueils) et qui sont racontées comme si elles étaient vraies. La personne qui raconte se réclame souvent d'une source proche et fiable à qui ce qui est conté est précisément arrivé. Toutefois, le conteur ne donne en général aucun nom ni donnée vérifiable.

Les légendes urbaines sont également de bonnes histoires, capables de susciter l'intérêt de l'auditoire et de permettre au conteur de déployer son talent. Elles ont en général une chute bizarre, surprenante ou inattendue. Des gens ordinaires y sont décrits dans des situations où ils vivent quelque chose d'horrible, d'ironique ou de gênant. Enfin, les légendes urbaines contiennent souvent une morale ou une mise en garde implicites qui concerne certaines peurs ou phobies répandues.

—Pour en connaître davantage sur les légendes urbaines, on consultera en priorité les ouvrages de Jan Harold Brunvand : il est le chercheur qui, dans les années 1980, leur a donné leur nom, dans son ouvrage *The Vanishing Hitchhiker*. Depuis, il n'a cessé de les répertorier et de les étudier. Citons par exemple : *Too Good to Be True. The Colossal Book of Urban Legends*, dont la référence complète figure en bibliographie.

16. Enregistrez sur magnétoSCOPE quelques présentations de votre bulletin de nouvelles télé favori. Visionnez ensuite vos cassettes après vous être muni d'une montre. Inscrivez sur une feuille de papier les sujets traités, l'ordre dans lequel ils le sont et le temps consacré à chacun. Consultez ensuite divers autres médias pour savoir ce qui aurait pu être traité ces différents jours-là. Concluez.

17. Consultez régulièrement, mais surtout en temps de crise, les sites Internet d'Amnistie internationale et de *Human Rights Watch*, par exemple. Vous y trouverez de précieuses informations peu ou pas du tout reprises dans les grands médias.

18. Suivez systématiquement des thèmes et des sujets dans la longue durée, par exemple dans un même média.

UN PRÉCIEUX OUTIL DE RECHERCHE

On peut utiliser des bases de données pour faire de la recherche (par mots-clés, auteurs et ainsi de suite) simultanément dans plusieurs journaux et périodiques et

en remontant très loin dans le temps. C'est un outil très utile, accessible de chez vous par Internet. J'utilise pour ma part le site www.eureka.cc.

Il faut payer un abonnement, mais l'institution où vous travaillez ou celle où vous étudiez est peut-être déjà abonnée.

19. **Comparez** le traitement proposé par un même média pour deux sujets donnés qu'on peut raisonnablement penser comparables sur tous les plans sauf un. Par exemple, comparez le traitement réservé à des actes criminels commis par des ennemis et celui qui est réservé à des actes comparables mais commis par des amis. Comparez des événements qui ne sont pas comparables. Un syndicaliste est-il accusé d'avoir fracassé une porte ? Comparez le traitement qui est fait de cet événement avec celui d'un patron ayant commis un crime beaucoup plus grave, entraînant des morts, par exemple.

20. **Transcrivez**, si vous en avez la patience, tout ce qui se dit durant un télé-journal. Analysez ensuite votre texte quantitativement : combien de mots ont été prononcés sur tel ou tel sujet ? Par qui ? À combien de pages de votre quotidien préféré cela correspond-il ? Comparez vos résultats avec différents textes écrits. Ne m'en veuillez pas si vous concluez, avec raison, que vous n'écoutez plus jamais les informations à la télé.

21. **Devant chaque information**, demandez-vous : Qui parle ? A-t-il un intérêt dans ce dont il est question ? Quelles sont ses valeurs et présuppositions ? Les autres points de vue possibles sont-ils présentés ? Le sujet est-il traité superficiellement ou en profondeur ? Quelles contre-manifestations historiques et sociales (le cas échéant) sont proposées pour comprendre les causes et la complexité du phénomène ?

22. **Les sources utilisées** sont-elles précisées ? Sont-elles multiples ? Fiables ? Il y a lieu de vous méfier si on vous parle de « sources autorisées » ou d'« observateurs ».

23. Le spectacle et le vécu. Ce qui est rapporté l'est- il avec le souci manifeste et presque exclusif de susciter l'intérêt, en particulier en s'en tenant au sensationnalisme, au divertissement, au spectacle et à l' » intérêt humain » ? En ce cas, méfiez-vous. Mieux encore : fermez la télé ou le journal — vous ne perdrez rien.

24. Les experts. Il faut apprendre à reconnaître non seulement qui parle et d'où il parle, mais aussi quel point de vue n'est pas représenté, n'est pas invité ou n'a pas droit de parole. Portez donc une grande attention à l'appartenance institutionnelle des experts, en particulier de ceux qui reviennent sans cesse dans les médias pour s'exprimer sur certains sujets donnés, ou en temps de crise.

25. Étudiez la philosophie politique. Chacun de nous voit le monde à travers le prisme de convictions plus ou moins consciemment adoptées. Ces convictions peuvent commodément se ventiler en deux catégories : valeurs et conceptions du monde. Bon nombre de débats sont fondamentalement des conflits entre des valeurs et des visions du monde différentes auxquelles les protagonistes adhèrent fermement. Pour connaître les valeurs et conceptions du monde qui sous-tendent les visions du monde, prenez la résolution d'étudier les grands systèmes qui les organisent de manière systématique. Vous ne pouvez pas adopter une attitude critique par rapport aux médias si vous ne savez pas ce que sont le libertarianisme, le libéralisme, la social- démocratie, le keynésianisme, l'utilitarisme, le monétarisme, le socialisme, l'anarchisme, le féminisme, le communautarisme et ainsi de suite.

26. Le vocabulaire. Rappelez-vous tout ce que nous avons vu au premier chapitre de ce livre : voilà le moment rêvé de vous en servir.

27. Les chiffres. Rappelez-vous tout ce que nous avons vu au deuxième chapitre de ce livre : voilà le moment rêvé de vous en servir.

28. Lisez Chomsky. Ses livres, bien entendu, mais aussi ses articles. Il écrit régulièrement sur *Z Net*, où il maintient d'ailleurs un blog où vous pouvez lui poser vos questions.

CHOMSKY, *IN EXTENSO*

Si vous désirez apprendre quelque chose à propos du système de propagande, un précepte commode à suivre est de chercher à identifier les postulats tacitement convenus par tous les critiques : en général, ce sont là les doctrines qui constituent la religion de l'État.

Si j'affirme que General Motors veut maximiser son profit et ses parts de marché, je ne propose pas une théorie de la conspiration : c'est une analyse institutionnelle.

Si les médias au Canada et en Belgique sont plus ouverts, c'est en partie parce que là, ce que les gens pensent n'a pas tellement d'importance.

De toutes celles qu'on connaît, les plus importantes opérations de terrorisme international sont celles qui sont dirigées depuis Washington.

Si les lois de Nuremberg étaient appliquées, tous les présidents américains depuis la fin de la .Deuxième Guerre mondiale auraient été pendus.

L'éducation est un système d'imposition de l'ignorance.

[Si] vous vous conformez, vous commencez à obtenir les privilèges que confère le conformisme. Bientôt, parce qu'il est utile de le croire, vous en venez à croire ce que vous dites et vous intériorisez le système d'endoctrinement, de distorsions et de mensonges. Vous devenez ainsi un membre consentant de cette élite privilégiée qui exerce son contrôle sur la pensée et l'endoctrinement : tout cela se produit très couramment, jusqu'au plus hauts échelons. Il est en fait très rare — c'est à peine si cela existe — qu'une personne puisse endurer ce qu'on appelle la « dissonance cognitive » — dire une chose et en croire une autre. Vous commencez donc à dire certaines choses parce qu'il est nécessaire de les dire et bientôt vous les croyez parce que vous devez les croire.

Vous devez être concis — dire les choses entre deux publicités ou en 600 mots. Et c'est très important, puisque la beauté de la concision est de ne rien permettre d'autre que la répétition d'idées conventionnelles.

Un expert, c'est quelqu'un qui articule le consensus de ceux qui ont du pouvoir.

Le modèle propagandiste ne dit pas que les médias répètent les positions de ceux qui se trouvent à diriger le pays, comme c'est le cas dans un régime totalitaire ; ce qu'il dit, c'est que les médias reflètent en général les consensus des élites dominantes du couple État- entreprises, y compris les positions de ceux qui s'opposent, le plus souvent pour des raisons tactiques, à certains aspects des politiques gouvernementales. De par ses fondements même, le modèle soutient que les médias vont protéger les intérêts des puissants, non qu'ils vont soustraire les managers de l'État à leurs critiques : la persistante incapacité à saisir cette distinction pourrait bien refléter de tenaces illusions quant à notre système démocratique.

C'est peut-être un truisme, mais le postulat démocratique est que les médias sont indépendants, qu'ils sont voués à découvrir et à proclamer la vérité et qu'ils ne reflètent pas seulement le monde tel que les groupes dominants voudraient qu'il soit perçu. Les leaders des médias assurent que leurs choix de nouvelles reposent sur des critères professionnels objectifs et non biaisés, et ils ont à ce sujet l'appui de la communauté intellectuelle. Cependant, si les élites sont en mesure de déterminer les prémisses du discours, de décider ce que la population en général peut voir, entendre et ce à quoi elle peut penser et de « gérer » l'opinion publique par de constantes campagnes de propagande, alors notre description courante du fonctionnement du système est considérablement démentie par la réalité.

La plupart des biais des médias s'expliquent par la présélection de gens qui pensent comme il convient, par l'intériorisation de préconceptions et par l'adaptation du personnel aux contraintes de la propriété, de l'organisation, du marché et du pouvoir politique. La censure y est largement autocensuré.

Les masses ignorantes doivent être marginalisées, diverties et contrôlées — pour leur plus grand bien, cela va sans dire.

Ils choisissent, ils décident, ils mettent en forme, ils contrôlent, ils restreignent — et servent ainsi les intérêts des groupes dominants et des élites de la société.

Plusieurs journalistes ne comprennent pas les forces dont ils dépendent. Certains sont malléables, d'autres essaient d'agir avec intégrité et sont surpris des résistances qu'ils rencontrent sans cesse.

La supposée complexité de ces questions [concernant le politique], leur prétendue profondeur et obscurité, tout cela fait partie de l'illusion véhiculée par le système de contrôle idéologique, qui vise à les donner pour très éloignées de la masse de la population et à persuader les gens de leur incapacité à organiser leurs

propres affaires et à comprendre le monde social dans lequel ils vivent sans le secours d'un intermédiaire.

Extraits de *Manufacturing Consent*, le film et l'ouvrage.

29. Lisez régulièrement d'autres sources d'information. Le tableau qui suit pourra vous aider à choisir. Lisez et fréquentez non seulement la presse et les médias indépendants et alternatifs, mais aussi la presse et les médias spécialisés.

30. Méfiez-vous de l'influence de vos propres valeurs et présuppositions sur ce que vous percevez. Rappelez-vous que vous n'êtes pas immunisé contre la perception sélective, la dissonance cognitive et ainsi de suite.

31. Rappelez-vous que tout le monde a des valeurs et des présuppositions. Méfiez-vous donc aussi des auteurs de Petits cours d'autodéfense intellectuelle. Le présent, en tout cas, ne vous cache pas que ses convictions sont libertaires et il vous invite à le prendre en compte pour évaluer ses propos.

Je m'aperçois d'ailleurs ici, avec chagrin, que ce chapitre est presque terminé sans que j'aie utilisé une seule fois le mot *matraque*. Ah ! Voilà qui est fait...

MÉDIAS IMPRIMÉS

À bâbord !

<http://www.ababoid.org/>

À bâbord ! est une revue qui veut s'élargir à toutes les composantes de la gauche québécoise et se faire l'écho de leurs débats et préoccupations. Avec un engagement central : celui de l'intervention sociale et politique. Pour réfléchir non seulement sur le militantisme social et politique, mais aussi en vue de l'action sociale et politique.

CQFD

<http://www.cequifautdestruire.org/>

Mensuel de contre-information et de critique sociale.

Courant Alternatif

<http://oclibertaire.free.fr/ca.html>

Courant alternatif, édité depuis plus de vingt ans, est un mensuel de contre-information ouvert sur les dynamiques et les luttes sociales.

L'aut' Journal

<http://www.lautjournal.info/>

L'aut' Journal est un journal indépendant, ouvrier et populaire. Il est publié au Québec tous les mois par le collectif du journal, depuis 1984 *L'aut' Journal* est publié par les Éditions du renouveau québécois. *L'aut' Journal* est un journal enregistré et tous les droits sont réservés. Cependant, *L'aut' Journal* encourage la reproduction d'articles et de photos en indiquant la provenance et en envoyant une copie de la publication à *L'aut' Journal*.

La Décroissance

<http://www.casseursdepub.org/journal/index.html>

Le projet de *La Décroissance* est la seule solution possible au développement de la misère et à la destruction de la planète. *La Décroissance* est un mouvement d'idées et un ensemble de pratiques qui n'appartiennent à personne. *La Décroissance* entend être au service de cette cause, mais ne prétend pas en être le dépositaire exclusif. Il se veut au contraire un vecteur de débats et de mobilisations pour convaincre les partisans du « développement durable » de leur impasse. Le journal s'adressera par son contenu au plus grand nombre, fort du principe que les choix politiques sont l'affaire de tous.

Le Couac

<http://lecouac.org>

Le Couac est le mensuel satirique québécois qui tourne en dérision la bêtise humaine. Exemple d'une presse libre, critique et joviale, *Le Couac* aborde des sujets d'actualité délaissés par les journalistes conventionnels. Ce « canard qui a des dents » mord tous ceux qui se moquent de nous : technocrates abscons, politiciens inconséquents, journalistes complaisants, patrons et gens d'affaires sans scrupules.

Le Mouton noir

<http://www.moutonnoir.com/>

Le Mouton noir, un journal d'opinion et d'information publié huit fois par année. *Le Mouton noir*, dans sa version « papier », est disponible en kiosque partout au Québec.

Mother Jones Magazine

<http://www.motherjones.com/index.html>

Mother Jones is an independent non-profit whose roots lie in a commitment to social justice implemented through first rate investigative reporting. *The Mother Jones Magazine* is published every two months.

New Internationalist

<http://www.newint.org/>

The New Internationalist workers' co-operative exists to report on the issues of world poverty and inequality; to focus attention on the unjust relationship between the powerful and powerless worldwide; to debate and campaign for the radical changes necessary to meet the basic needs of all; and to bring to life the people, the ideas and the action in the fight for global justice. *New Internationalist* is a monthly magazine.

PLPL

<http://plpl.org>

Le journal de critique des médias. « Un bimestriel sardonique contre les organes du spectacle de l'ordre mondial capitaliste.

Politis

<http://www.politis.fr/>

Magazine français publié chaque semaine. Principaux thèmes : l'action citoyenne et alternative, l'actualité de l'économie sociale et solidaire, la politique, les nouvelles formes d'engagement, les enjeux internationaux, la culture, les idées, les coups de gueule.

Silence

<http://www.revuesilence.net/>

La revue *Silence* est publiée depuis 1982. Elle se veut un lien entre toutes celles et tous ceux qui pensent qu'aujourd'hui il est possible de vivre autrement sans accepter ce que les médias et le pouvoir nous présentent comme une fatalité.

MÉDIAS ÉLECTRONIQUES

A-Infos

<http://www.ainfos.ca/>

A-Infos est une agence de presse spécialisée au service (nous faisons de notre mieux) du mouvement des activistes révolutionnaires anticapitalistes qui sont impliqué-e-s dans différentes luttes sociales contre la classe capitaliste et son système social.

Acrimed

<http://www.acrimed.org>

Action-CRItique-MEDias [Acrimed] se propose de se constituer en Observatoire des médias et d'intervenir publiquement par tous les moyens à sa disposition, pour mettre en question la marchandisation de l'information, de la culture et du divertissement, ainsi que les dérives du journalisme quand il est assujéti aux pouvoirs politiques et financiers et quand il véhicule le prêt-à-penser de la société de marché.

Adbusters

<http://www.adbusters.oig/home/>

Site anglophone de contre-information, anticapitaliste.

Alternative Press Center (APC)

<http://www.waltpress.org/>

The Alternative Press Center (APC) is a non-profit collective dedicated to providing access to and increasing public awareness of the alternative press. Founded in 1969, it remains one of the oldest self-sustaining alternative media institutions in the United States. For more than a quarter of a century, the *Alternative Press Index* has been recognized as a leading guide to the alternative press in the United States and around the world.

CMAQ

<http://www.cmaq.net>

Le Centre de médias alternatifs du Québec est un point de rencontre physique et une plate-forme virtuelle d'information indépendante et alternative. Il vise l'exercice réel de la démocratie en encourageant l'engagement citoyen par, et pour, une réappropriation de l'information. Le CMAQ appartient au réseau *Indymedia*.

Casseurs de pub

<http://www.casseursdepub.org/>

Créé en 1999, *Casseurs de pub* est une association dont l'objectif est de promouvoir la création graphique et artistique basée sur la critique de la société de consommation et la promotion d'alternatives.

Counterpunch

<http://www.counterpunch.org/>

CounterPunch is the biweekly muckraking newsletter edited by Alexander Cockburn and Jeffrey St. Clair. Twice a month we bring our readers the stories that the corporate press never prints. We aren't side-line journalists here at *CounterPunch*. Ours is muckraking with a radical attitude and nothing makes us happier than when *CounterPunch* readers write in to say how useful they've found our newsletter in their battles against the war machine, big business and the rappers of nature.

Cybersolidaires

<http://www.cybersolidaires.org/>

Cybersolidaires, c'est une mine d'informations régulièrement mises à jour sur les filles et les femmes des Amériques et du monde, en particulier sur les violences faites aux femmes, les fondamentalismes, les femmes afghanes, la prostitution et le travail du sexe ainsi que sur les luttes pour la paix, pour une mondialisation solidaire et pour que les femmes prennent leur place dans la société de l'information et de la communication.

EcoRev'

<http://ecorev.oig/>

Revue écologiste de réflexion et de débats, *EcoRev'* est un outil au service des acteurs et actrices des luttes pour la transformation sociale et écologiste à l'échelle planétaire, qu'ils/elles viennent de l'écologie, des mouvements sociaux, de la gauche critique ou des mouvements citoyens non partidaires émergents face à la mondialisation libérale.

FAIR

<http://www.fair.org/>

FAIR, the national media watch group, has been offering well- documented criticism of media bias and censorship since 1986. We work to invigorate the First Amendment by advocating for greater diversity in the press and by scrutinizing media practices that marginalize public interest, minority and dissenting viewpoints. As an anti-censorship organization, we expose neglected news stories and defend working journalists when they are muzzled. As a progressive group, *FAIR* believes that structural reform is ultimately needed to break up the dominant media conglomerates, establish independent public broadcasting and promote strong non-profit sources of information.

Guerrilla News Network

<http://www.guerrillanews.com/>

Guerrilla News Network is an underground news organization with headquarters in New York City and production facilities in Berkeley, California. Our mission is to expose people to important global issues through guerrilla programming on the web and on television.

Hacktivist news service

<http://www.hns-info.net/>

Si la communication est au cœur des processus d'accumulation et de contrôle impériaux, la communication alternative utilisant Internet est une des nouvelles et multiples formes d'interventions politiques, aussi bien sur le plan local que mondial, en-dehors du cadre dépassé des États-nations, qui s'opposent à la logique de guerre mondiale permanente et diffuse, à géométries, intensités et conséquences variables et expérimentent de nouveaux parcours de luttes, de libérations, d'émancipations, de coopérations, d'échanges de savoirs, de créations, de plaisirs, d'affects, etc.

IndyMédias

<http://www.indymedia.org/fr/>

The Independent Media Center is a network of collectively run media outlets for the creation of radical, accurate, and passionate tellings of the truth. We work out of a love and inspiration for people who continue to work for a better world, despite corporate media's distortions and unwillingness to cover the efforts to free humanity.

Infoshop.org - Online Anarchist Community

<http://www.infoshop.org/>

Infoshop.org is committed to promoting and featuring all aspects of contemporary anarchism and anti-authoritarianism.

L'Iris

<http://www.iris-recherche.qc.ca/>

Sa mission est double. D'une part, l'Institut produit des recherches, des brochures et des dépliants sur les grands enjeux socio-économiques de l'heure (fiscalité, pauvreté, mondialisation, privatisations, etc.) afin d'offrir un contre-discours à la perspective néolibérale. D'autre part, les chercheurs offrent leurs services aux groupes communautaires, groupes écologistes et syndicats pour des projets de recherche spécifiques ou pour la rédaction de mémoires.

L'Itinérant électronique

<http://www.itinerani.qcca/index.html>

Le principal objectif de l'Itinérant électronique est de fournir aux intervenants et aux intervenantes du grand univers des relations du travail des contenus dynamiques et ponctuels sur les événements locaux, nationaux et internationaux en relation avec les grands dossiers d'actualité.

L'Observatoire des inégalités

<http://www.inegalites.fr/>

L'Observatoire des inégalités n'est pas un mouvement politique. Son rôle n'est pas d'appuyer tel ou tel parti ou association, mais de contribuer à éclairer ou à critiquer les choix publics. Pour cela, nous avons la conviction qu'il faut, de façon toujours

renouvelée, s'attacher à dresser un état des lieux qui soit le plus complet possible, tout en demeurant accessible à un large public. Cette position d'observation n'interdit pas bien au contraire — de se prononcer sur les politiques publiques, de formuler des pistes pour avancer vers l'égalité, ou de signaler telle ou telle action remarquable. En revanche, l'*Observatoire* refuse une position militante de défense d'un seul et unique programme : son objectif est d'alimenter un débat ouvert, dans la limite des valeurs partagées par ses membres. Il tâchera de donner la parole à tous ceux qui lui semblent ouvrir des voies vers l'égalité. Aucun syndicat ou parti ne pourra se prévaloir de son soutien direct.

L'Observatoire français des médias

<http://www.observatoire-medias.info>

L'*Observatoire français [des médias]* créé le 24 septembre 2003 entend protéger la société contre les abus, manipulations, billonnages, mensonges et campagnes d'intoxication des grands médias — qui cumulent puissance économique et hégémonie idéologique —, défendre l'information comme bien public et revendiquer le droit de savoir des citoyens.

La Haine — Proyecto de Desobediencia informativa

<http://www.lahaine.org/>

Extendamos la acción directa y los espacios de poder alternativas. *La Haine* es un colectivo de personas que desde distintos lugares del estado español trata de difundir las lugares que se entendiendo sobre todo en Europa y en Latinoamérica.

La Tribu du verbe

<http://www.latribuerverbe.com/>

Actualité politique, suivi des actions militantes, critique des médias.

Le portail des copains

<http://rezo.net>

Portail d'information alternative. Sélection d'un très grand nombre de sources électroniques, tant politiques et militantes que littéraires et artistiques.

Les Pénélopes

<http://www.penelopes.org/>

Les Pénélopes ont pour but de promouvoir, d'éditer et de diffuser des informations, utilisant tous types de médias, du point de vue des femmes et de favoriser toutes activités assurant l'échange, le traitement, la mise à jour, la centralisation et la diffusion de ces informations en faveur de toutes les femmes du monde.

Multitudes

<http://multitudes.samizdat.net/>

[L']objectif [de *Multitudes*] est d'expérimenter de nouvelles conditions d'énonciation et d'agencement de la politique en esquisant des problématiques qui traversent les champs de l'économie politique, de la philosophie, des pratiques artistiques ou des cultures émergentes du numérique libre.

OneWorld.net News

<http://www.oneworld.net>

The OneWorld network spans five continents and produces content in 11 different languages, published across its international site, regional editions, and thematic channels. Many of these are produced from the South to widen the participation of the world's poorest and most marginalised peoples in the global debate.

PR Watch

<http://www.prwatch.org/>

PR Watch, a quarterly publication of the Center for Media & Democracy, is dedicated to investigative reporting on the public relations industry. It serves citizens, journalists and researchers seeking to recognize and combat manipulative and misleading PR practices.

Rebelión

<http://www.rebelion.org/>

Rebelión pretende ser un medio de información alternativa que publique las noticias que no son consideradas importantes por los medios de comunicación tradicionales. También, dar a las noticias un tratamiento diferente, mas objetivo, en la línea de mostrar los intereses que los poderes económicos y políticos del mundo capitalista ocultan para mantener sus privilegios y el status actual.

The Alternative Information Center

<http://www.alternativenews.org/>

The A1C is a Palestinian-Israeli organization which disseminates information, research and political analysis on Palestinian and Israeli societies as well as the Israeli-Palestinian conflict, while promoting cooperation between Palestinians and Israelis based on the values of social justice, solidarity and community involvement.

Transnationale.org

<http://fr.transnationale.org/>

Site d'information sur les entreprises « transnationales ». Une mine d'information extrêmement riche, précise et mise à jour.

Z Communications

<http://zmag.org>

ZNet is a huge website updated daily to convey information and provide community. About 300,000 people a week use ZNet's articles, watch areas and sub-sites, translations, archives, links to other progressive sites, daily commentary program, and more.

RADIO

CIBL 101,5 FM

<http://vwww.cibl.cam.org/new/index.php>

CIBL est une station radiophonique montréalaise libre, indépendante et communautaire.

CKIA 88,3 FM Radio Basse-Ville

<http://www.meduseorgickiafm/index2.html>

CKIA est une radio communautaire entièrement issue d'initiatives populaires. Depuis 1984, son micro est ouvert aux causes sociales et aux passions les plus diverses. Environ 150 membres-producteurs donnent vie à la soixantaine d'émissions qui peuplent ses ondes.

CKUT903 FM

<http://www.ckut.ca>

CKUT is a non-profit campus community radio station that provides alternative music, news and spoken word programming to the city of Montreal and surrounding areas. CKUT is made up of over 200 volunteers who work closely with a staff of coordinators, not just to make creative and insightful radio programming, but also to manage the station.

CINQ 102,3 FM Radio Centre-Ville

<http://www.radiocentreville.com/>

Radio Centre-Ville est la radio communautaire et multilingue de Montréal, depuis 1975. Elle diffuse en sept langues [français, anglais, espagnol, grec, portugais, créole et chinois (mandarin et cantonais)].

VIDÉOS

Big Noise Films

<http://www.bignoisefilms.com/>

Big Noise is a not-for-profit, all-volunteer collective of media-makers around the world, dedicated to circulating beautiful, passionate, revolutionary images.

Les Lucioles

<http://www.leslucioles.org/>

Depuis septembre 2002, Les Lucioles diffusent leurs films à caractère socio-politique. Les films visent souvent à faire entendre et voir une autre réalité que celle véhiculée par les médias traditionnels. Le collectif ne prétend pas à une objectivité absolue ; il s'engage même fièrement à dénoncer, proposer et susciter des débats de société. Les courts-métrages engagés combinent diversité des genres et des propos. Que ce soit par des capsules, des documentaires, des fictions ou encore des films d'animation, les vidéastes abordent différents sujets d'actualité.

WhisperedMedia

<http://www.whisperedmedia.org/>

Whispered Media uses video, and other media tools, to support campaigns for social, economic and environmental justice.

QUELQUES RÈGLES D'OR

Considérations générales sur le média

À qui appartient ce média ?

Quels biais éventuels ce type de propriété peut-il avoir ? Quelle est la place qu'il réserve à la publicité ?

Quelles sources sont utilisées - agences de presse, enquêtes, experts, gouvernements, entreprises de relations publiques, etc. ?

Considérations générales sur un document

Qui signe l'article que je lis, le reportage que je vois ou que j'entends ?

Est-ce une personne crédible ? Biaisée ?

Qu'est-ce qui me le fait croire ?

À quel public s'adresse-t-on ?

Quelles présuppositions et valeurs sont adoptées ?

De quel point de vue parle-t-on ?

De quel genre de texte s'agit-il

— Une nouvelle ?

— Une opinion ?

— Un reportage ?

— Une chronique ?

— Un éditorial ?

— Une publicité ?

— Autre chose encore ?

Pistes d'analyse d'un document

Où ce document est-il joué dans l'ensemble du média ?

— En première ou dernière page ?

— En ouverture ou fermeture du bulletin ?

Est-ce pertinent ?

Quel sujet ou problème est abordé ?

Le média a-t-il des intérêts dans la nouvelle, l'histoire, le sujet, le problème traité ou abordé ?

Quelle part de sensationnalisme entre en jeu ?

Joue-t-on excessivement sur le nouveau, l'inhabituel, le sensationnel, le dramatique ?

Quelle place est faite aux images ou illustrations ?

Quelles sources sont utilisées ?

Sont-elles pertinentes, crédibles, biaisées ?

Quels faits sont invoqués ?

Sont-ils pertinents et crédibles, leur présentation est-elle biaisée ?

Quels arguments sont invoqués ?

Sont-ils valides ?

Y a-t-il des contradictions ?

Le vocabulaire utilisé est-il neutre ?

Pourrait-on tirer d'autres conclusions à partir des mêmes faits ?

— À l'aide d'autres présomptions ?

— D'autres valeurs ?

Comment jugerait-on de ces faits selon d'autres perspectives — par exemple ailleurs dans le monde, dans d'autres classes sociales, selon le sexe ou l'âge ?

Peut-on tirer quelque chose de pareilles multiplications des points de vue ?