



"COMMENT LE SPECTRE DU COMMUNISME DIRIGE LE MONDE"

Chapitre 13. S'emparer des médias

Le spectre du communisme n'a pas disparu avec la désintégration du Parti communiste en Europe de l'Est

PAR L'ÉQUIPE ÉDITORIALE DES « NEUF COMMENTAIRES SUR LE PARTI COMMUNISTE »

20 août 2021 00:15 Mis à jour: 13 septembre 2021 17:58

Epoch Times *publie, sous forme de série, un nouvel ouvrage, Comment le spectre du communisme dirige le monde, traduit du chinois et écrit par les auteurs des [Neuf Commentaires sur le Parti communiste](#).*

Table des matières

Introduction

1. L'endoctrinement de masse dans les pays communistes
2. Infiltration communiste des [médias](#) occidentaux
3. Dérive à gauche chez les professionnels des médias
4. La prise de pouvoir des médias par les idées de gauche et le progressisme
5. L'industrie cinématographique : avant-garde contre tradition
6. Télévision : la corruption dans chaque foyer
7. Les médias : un champ de bataille clé dans une guerre totale

Conclusion : Rétablir la responsabilité des médias

Références

Introduction

L'influence des médias dans la société moderne est énorme et s'accroît de jour en jour. Elle imprègne les communautés de toutes tailles, du local au mondial. Les médias de masse autrefois de simples journaux et des magazines touchent maintenant la radio, le cinéma et la télévision. Avec l'essor des médias sociaux et des contenus générés par les utilisateurs, Internet a considérablement amplifié la vitesse et la portée de la communication audiovisuelle.

Les gens comptent sur les médias pour obtenir les dernières nouvelles et analyses. Dans un océan d'informations, les médias vont influencer la nature des informations que les gens voient et la façon dont ils les interprètent. Les médias sont en mesure d'influer sur les premières impressions qu'auront les gens sur tel ou tel sujet, ce qui leur confère un pouvoir d'amorçage psychologique considérable.

Pour les élites sociales, et en particulier les hommes politiques, les médias déterminent l'orientation que prendra l'opinion publique et servent de ralliement pour le public. Les sujets couverts par les médias deviennent des sujets de grave préoccupation sociale. Les problèmes qui ne sont pas signalés sont ignorés et oubliés.

Thomas Jefferson, père de la Déclaration d'indépendance et troisième président des États-Unis, a un jour résumé les devoirs vitaux que la presse assume dans la société : « *S'il m'appartenait de décider si nous devons avoir un gouvernement sans journaux ou des journaux sans gouvernement, je n'hésiterais pas un instant à soutenir la deuxième option.* » [1]

En tant que voix de la société, les médias peuvent être soit les garants de la moralité soit un instrument au service du mal. Leur devoir est de rapporter d'une manière juste la vérité sur les événements majeurs du monde, en étant précis et rapides. Ils doivent soutenir la justice et condamner les actes répréhensibles, tout en promouvant la bonté. Leur mission va au-delà des intérêts privés d'un individu, d'une entreprise ou d'un parti politique.

Dans les milieux occidentaux de l'information, les médias sont les gardiens de la vérité et des valeurs fondamentales de la société. Ils jouissent du statut élevé de « quatrième pouvoir ». Les journalistes sont respectés pour leur expertise et leurs sacrifices.

Joseph Pulitzer, éditeur de journaux et fondateur du Prix Pulitzer, a déclaré :
« *Notre république et sa presse s'élèveront ou tomberont ensemble. Une presse compétente, désintéressée et vouée à l'esprit public, dotée d'une intelligence vigilante qui lui permet de reconnaître ce qui est juste, et avec le courage de l'appliquer, peut préserver cette vertu publique sans laquelle un gouvernement populaire est une imposture et une plaisanterie. Une presse cynique, mercenaire et démagogique produira avec le temps un peuple aussi basique qu'elle. Le pouvoir de façonner l'avenir de la république sera entre les mains des journalistes des générations futures.* » [2]

Cependant, au milieu du déclin moral de l'humanité, il est difficile pour les médias de protéger leur droiture et d'accomplir leurs devoirs sous la pression combinée du pouvoir et de l'argent. Dans les pays communistes, les médias sont contrôlés par l'État. Ces porte-parole du régime se livrent à des lavages de cerveau auprès des masses et sont complices des politiques communistes de terreur et d'assassinat.

Dans la société occidentale, les médias ont été fortement infiltrés par la pensée communiste, devenant l'un des principaux agents des tendances anti-traditionnelles, anti-morales et démoniaques du communisme. Ils propagent mensonges et haine, alimentant les flammes de la dégénérescence morale. De nombreux médias ont abandonné le devoir de vérité et la protection de la conscience morale de la société. Il est impératif pour nous de prendre conscience de l'état dans lequel se trouvent les médias aujourd'hui et de leur rappeler leur responsabilité.

1. L'endoctrinement de masse dans les pays communistes

Dès le début, les communistes ont considéré les médias comme un outil de lavage de cerveau. Dans leurs écrits de 1847, Marx et Engels demandent à leurs membres d'avoir « *une énergie et un zèle révolutionnaires pour la propagande* ». [3] Dans leurs articles, Marx et Engels utilisaient souvent des termes comme « *champ de bataille du Parti* », « *porte-parole du Parti* », « *centre politique* » ou « *outil pour l'opinion publique* » quand ils parlent de ce que l'esprit et la fonction des médias doivent être.

Lénine utilisait les médias comme outil de promotion pour organiser la révolution russe. Il a fondé les journaux communistes officiels *Iskra* et *Pravda* pour promouvoir la propagande et l'activisme révolutionnaires. Peu après la prise du pouvoir par le Parti communiste soviétique, il a utilisé les médias pour endoctriner la politique du pays. À l'étranger, ces médias faisaient de la propagande pour améliorer l'image de la révolution et permettre son exportation.

Le Parti communiste chinois considère également les médias comme des outils d'opinion publique de la dictature, et comme porte-parole du Parti et du gouvernement. Le PCC est très conscient du fait que « *c'est avec les fusils et les écrits que l'on s'empare et que l'on consolide le pouvoir* ». [4] Dès la période de Yan'an, le secrétaire de Mao Zedong, Hu Qiaomu, avançait le principe selon lequel la « *nature du Parti [passait] avant tout* », précisant que le journal du Parti « *doit faire passer les points de vue et les compréhensions du Parti dans tous ses articles, toutes ses tribunes, tous ses reportages et tous ses bulletins. [...]* » [5]

En établissant sa dictature, le PCC a imposé un contrôle strict sur les médias, y compris la télévision, la radio, les journaux, les magazines, et plus tard Internet. Il les utilise comme des outils propres à rallier les Chinois à l'idéologie communiste, et pour réprimer les dissidents, intimider les gens et dissimuler ou déformer la vérité. Les professionnels des médias sont des experts de l'autocensure, toujours conscients qu'une seule erreur peut mener à de lourdes conséquences. La censure n'imprègne pas seulement les chaînes officielles d'information, mais aussi les blogs personnels et les communautés en ligne qui sont également surveillés et contrôlés par un vaste système de contrôle d'Internet.

Il y a une phrase chinoise contemporaine qui décrit de façon explicite le rôle des médias sous le règne du PCC : « *Je suis le chien du Parti, assis à la porte du Parti. Je mordrai qui le Parti me dira de mordre et combien de fois on me le dira.* » Ce n'est pas une exagération. Tout mouvement politique communiste commence par l'opinion publique : les médias répandent des mensonges pour inciter à la haine, qui finit elle-même par se transformer en violence et en meurtres. Les médias jouent un rôle crucial dans ce mécanisme mortel.

Lors du massacre de la place Tiananmen en 1989, le PCC a décrit les étudiants comme des voyous violents et a donc utilisé l'armée pour réprimer « l'émeute ». Après le massacre, il a affirmé que l'armée n'avait tiré sur personne et qu'il n'y avait eu aucune victime sur la place Tian'anmen. [6] En 2001, au début de la persécution du Falun Gong, le régime a mis en scène l'incident dit des [auto-immolations de Tian'anmen](#) pour piéger la pratique spirituelle et attiser la haine contre le Falun Gong en Chine et dans le monde. [7]

Les cadres dirigeants des comités à tous les niveaux du PCC accordent une grande importance au travail de propagande et y affectent un personnel considérable. Fin 2010, la Chine comptait plus de 1,3 million d'employés travaillant dans l'appareil national de propagande, dont environ 56 000 dans

les départements de propagande au niveau des provinces et des cantons, 1,2 million dans les unités locales de propagande et 52 000 dans les unités centrales. [8] Ce chiffre ne prend pas en compte un grand nombre d'employés chargés de surveiller et de manipuler l'opinion en ligne, comme le contrôle d'Internet, les modérateurs, les commentateurs accrédités par le Parti et les autres employés de formes diverses de relations publiques.

Tous les pays dirigés par des partis communistes, et ce, sans exception, utilisent des ressources gigantesques pour manipuler les médias. Des années d'activité ont fait des médias d'État communistes les porte-parole efficaces au service de leurs maîtres totalitaires, utilisant tous les moyens pour tromper et empoisonner le peuple.

2. Infiltration communiste des médias occidentaux

Le siècle dernier a été témoin de la grande confrontation entre le monde libre et le camp communiste. Pendant tout ce temps, le communisme a infiltré les sociétés libres. À cette fin, l'infiltration et la subversion des médias dans les pays occidentaux sont devenues l'une de ses méthodes principales. Compte tenu de l'influence extraordinaire des médias américains à travers le monde, ce chapitre se concentre sur les États-Unis dans son exposé sur l'emprise du spectre communiste sur les médias.

Après que le régime soviétique s'est emparé du pouvoir en Russie, il a tenté d'établir son contrôle sur le discours public en Occident, en envoyant ses agents infiltrer les médias occidentaux et en attirant des sympathisants communistes locaux. Il s'est servi de ces personnes pour faire l'éloge de l'Union soviétique et dissimuler la brutalité du régime communiste. Les efforts de propagande soviétique ont influencé un grand nombre d'Occidentaux, influençant même la politique gouvernementale en faveur de l'Union soviétique.

Il est apparu que le KGB soviétique a utilisé ses agents aux États-Unis pour travailler directement avec de prestigieuses organisations médiatiques américaines. Parmi eux figurent Whittaker Chambers et John Scott, employés comme rédacteurs en chef du *New York Times* ; Richard Lauterbach et Stephen Laird de *Time Magazine*, et d'autres. Ils ont utilisé leurs positions pour se mêler aux hommes politiques, aux célébrités et aux chefs d'État. En plus de recueillir un large éventail de renseignements, ils ont également influencé des décisions de haut niveau sur des questions de politique, d'économie, de diplomatie, de guerre et plus encore. [9]

Le correspondant du *New York Times* à Moscou, Walter Duranty, a couvert l'Union soviétique de long en large et a remporté le prix Pulitzer en 1932 pour une série de 13 reportages en URSS. L'ancien communiste américain Jay Lovestone ainsi que le journaliste de renom Joseph Alsop pensent pourtant que Walter Duranty agissait comme espion pour la police secrète soviétique. [10]

Pendant la famine de 1932-1933 qui a ravagé l'Ukraine et d'autres régions de l'Union soviétique, Duranty a nié l'existence même de cette famine et a occulté les millions de personnes qui mouraient de faim. Il a affirmé que « *toute information selon laquelle l'Union soviétique connaîtrait à l'heure actuelle une situation de famine est soit exagérée, soit relève de la propagande malveillante* ». [11]

Décrivant les conséquences du faux reportage de Duranty, Robert Conquest, célèbre historien britannique et éminent spécialiste de l'histoire de l'Union soviétique, écrit dans son livre *Sanglantes Moissons : la collectivisation des terres en URSS*, devenu un classique : « *Venant du journaliste le plus célèbre du journal le plus célèbre dans le monde à l'époque, la négation de la grande famine par Duranty a été considérée comme étant la vérité. Non seulement il trompait les lecteurs du New York Times, mais en raison du prestige du journal, il a aussi influencé d'innombrables idées qu'on se fait sur Staline et le régime soviétique. Son influence a sans aucun doute eu un impact sur la décision du président Roosevelt fraîchement élu de reconnaître le régime communiste soviétique.* » [12]

Hollywood, berceau de l'industrie cinématographique américaine, a également été infiltrée par des idées communistes et de l'extrême gauche et a même accueilli une aile du Parti communiste. Une fois que Willi Munzenberg, communiste allemand et membre de la Troisième Internationale, est entré aux États-Unis, il a commencé à appliquer les concepts de Lénine en matière de développement et de production cinématographique, utilisant le cinéma comme outil de propagande. Il a attiré des Américains en Union soviétique pour étudier le cinéma et a aidé des stagiaires à entrer dans l'industrie cinématographique. C'est lui qui a créé la branche du Parti communiste à Hollywood.

Petit à petit, l'influence de l'Union soviétique a commencé à se faire sentir. De nombreux cinéastes de l'époque idolâtraient les Soviétiques, et ces attitudes ne firent qu'empirer pendant la Seconde Guerre mondiale, alors que les États-Unis et l'Union soviétique s'alliaient pour un temps contre l'Allemagne nazie. Un célèbre dramaturge a prétendu que l'invasion allemande de l'Union

soviétique était « *une attaque contre notre patrie* ». [13] Dans le film *Mission à Moscou* de 1943, il est déclaré publiquement « *qu'il n'y a pas de différence fondamentale entre l'Union soviétique et les États-Unis traditionnels* ». [14]

Outre l'Union soviétique, le régime communiste chinois a lui aussi grandement bénéficié des médias et des journalistes d'extrême gauche au sein du monde libre, en particulier les journalistes américains de gauche Edgar Snow, Agnes Smedley et Anna Louise Strong.

L'Étoile rouge au-dessus de la Chine d'Edgar Snow a brossé un tableau éclatant de Mao Zedong et d'autres hauts dirigeants du Parti communiste chinois tout en cachant leurs crimes et la nature maléfique du communisme aux lecteurs occidentaux. Mao a dit : « *Edgar Snow est la première personne à ouvrir la voie aux relations amicales nécessaires pour établir un front uni.* » [15]

Agnes Smedley a écrit de nombreux articles et livres flatteurs pour le PCC et son leadership. Les archives soviétiques indiquent clairement qu'il s'agissait d'un agent du Comintern qui a travaillé pour favoriser la révolution armée en Inde et recueillir des renseignements pour les Soviétiques. [16] Anna Louise Strong était aussi une admiratrice du mouvement communiste chinois. Le PCC a reconnu ces trois Américains en émettant des timbres postaux en l'honneur de leur « *service méritoire* ».

3. Dérive à gauche chez les professionnels des médias

La plupart des Américains émettent des doutes quant à l'exactitude des reportages des médias. Des enquêtes ont montré que 47 % des gens pensent que les médias sont à gauche. En comparaison, seulement 17 % y trouvent un discours conservateur. [17] Une question se pose alors : l'industrie de l'information étant un secteur assez concurrentiel, comment un préjugé aussi uniforme a-t-il pu exister ?

Bien que les journalistes et les rédacteurs en chef aient leurs propres opinions politiques et sociales, cela n'a pas à se refléter dans leurs reportages. La subjectivité et la neutralité étant des principes fondamentaux de l'éthique journalistique, les reportages ne devraient pas être influencés par des opinions personnelles. Selon les principes normaux du marché, s'il y a partialité, celle-ci devrait être compensée par l'émergence de nouveaux concurrents plus neutres.

La réalité est plus compliquée. Le livre du politologue américain Tim Groseclose, publié en 2012 et intitulé *À Gauche toute : Comment les médias progressistes manipulent l'esprit de l'Amérique*, suit des méthodes

scientifiques pointues pour analyser les tendances politiques des principaux médias américains. Ses conclusions révèlent que les tendances politiques des médias américains, en moyenne, sont excessivement orientées vers les idées de gauche et le progressisme, bien loin des idées du citoyen lambda qui vote. Les médias « grand public » sont encore plus à gauche de cette moyenne. [18]

Le livre explique que la majorité des professionnels des médias sont progressistes, ce qui, objectivement parlant, fait pression sur les traditionalistes dans ce domaine. Selon Tim Groseclose, le petit nombre de conservateurs qui travaillent dans des entreprises de médias progressistes sont considérés comme « *limite méchants voire sous-humains* ». Même s'ils ne sont pas évincés, ils n'osent pas exprimer publiquement leurs opinions politiques et encore moins promouvoir des points de vue conservateurs dans les journaux ou à la télévision. [19]

Le tournant à gauche décourage les étudiants conservateurs de choisir le journalisme comme matière principale ou de chercher à obtenir un emploi dans les médias une fois leur diplôme en poche. La communauté des professionnels des médias exclut les points de vue qui ne s'alignent pas sur son parti pris progressiste, formant ainsi des chambres d'écho où la même politique règne. Les membres de cette communauté se considèrent comme une élite compatissante et intelligente, toujours à l'avant-garde du développement de la société, et ils méprisent les citoyens ordinaires qu'ils voient comme des petites gens bornés.

Mais les médias grand public ne représentent pas nécessairement les opinions du grand public. Le sondage Gallup 2016 l'a vérifié. Selon le sondage, 36 % des citoyens américains sont conservateurs, tandis que les progressistes sont un peu plus de 25 %. [20] C'est-à-dire que si les médias reflétaient fidèlement les opinions d'une majorité de citoyens, alors les médias dans leur ensemble ne seraient pas de gauche.

Le penchant gauchiste des médias n'est évidemment pas le résultat de la volonté populaire. Elle vient plutôt de l'arrière-scène d'un programme politique visant à déplacer l'ensemble de la population vers la gauche politique. Cela s'explique également dans le sondage ci-dessus, car dans l'ensemble, les citoyens commencent à changer d'avis pour devenir plus à gauche et plus progressistes. L'écart entre les conservateurs et les progressistes était de 22 % en 1996, de 14 % en 2014 et de 11 % en 2016. La proportion des conservateurs est restée stable, mais beaucoup de personnes ont été converties à la gauche. Les médias grand public ont un rôle indéniable

dans cette transformation démographique qui, à son tour, soutient le parti pris idéologique des médias.

Les affiliations partisans des professionnels des médias soulèvent également certaines questions. Aux États-Unis, les démocrates sont associés à la gauche tandis que les républicains ont tendance à être à droite. Selon une enquête réalisée en 2014 par le *Washington Post*, 28,1 % du personnel des médias aux États-Unis étaient démocrates, contre seulement 7,1 % se disant républicains. [21]

La majorité des gens qui travaillent dans les grands journaux et les grandes chaînes de télévision sont à gauche, qu'ils soient propriétaires de ces organisations, journalistes ou commentateurs. Leur partialité est évidente. Lors de la campagne présidentielle américaine de 2016, 57 des 100 plus grands journaux du pays, soit un tirage total de 13 millions de journaux, ont ouvertement soutenu le candidat démocrate. Seuls deux publications parmi les cents plus importantes, et avec une circulation de 300 000 journaux, ont soutenu le candidat républicain. [22]

Pourquoi les médias penchent-ils autant à gauche ? Dans les années 1960, le pays a été fortement influencé par l'idéologie communiste, par le biais des mouvements sociaux radicaux d'extrême gauche prenant d'assaut les États-Unis. Les étudiants radicaux de cette période sont ensuite entrés dans les médias, la communauté académique, la société bourgeoise, les agences gouvernementales et la scène artistique, établissant ainsi un contrôle sur le discours public.

La majorité des professeurs d'université sont à gauche, comme nous l'avons vu au chapitre douze. Les départements de journalisme et de littérature, remplis d'idéologie de gauche, ont amené des générations de diplômés sous son influence. Les professionnels des médias ne touchent pas des salaires élevés, c'est plutôt leur idéalisme qui leur sert de moteur. Cet idéalisme permet de faire des médias une base d'opérations de l'extrême gauche.

Outre les médias, l'industrie cinématographique est également assiégée et Hollywood est devenu un bastion de la propagande de gauche. Utilisant des techniques de production et de narration sophistiquées, des producteurs de gauche font la promotion d'idéologies de gauche qui impactent le monde entier. Le thème principal des films hollywoodiens semble généralement être la calomnie du capitalisme et l'accent mis sur les conflits de classes, tout en louant les comportements immoraux ou l'anti-américanisme.

L'auteur Ben Shapiro a interviewé de nombreuses stars de cinéma et producteurs à Hollywood et a écrit un livre intitulé *Propagande en direct : La vraie histoire d'Hollywood et comment la gauche contrôle votre télé*. Shapiro, célèbre producteur, indique que dans sa profession le progressisme domine à 100 %, et que quiconque nie cela est soit en train de faire une blague soit ne dit pas la vérité. Lorsqu'on lui a demandé si le fait d'avoir un point de vue politique différent pourrait être un obstacle dans la carrière d'une personne au sein de l'industrie cinématographique, il répond par l'affirmative.

Un célèbre producteur a ouvertement admis que pendant tout ce temps, Hollywood a vendu des opinions politiques progressistes au public grâce à ces programmes. « *Pour l'instant, il n'y a qu'une seule perspective. Et c'est une perspective très progressiste.* » [23] Le producteur d'une série télévisée sur la police criminelle a admis qu'il montrait intentionnellement plus de Blancs en tant que criminels parce qu'il ne voulait pas « *contribuer à alimenter des stéréotypes négatifs* ». [24]

Shapiro soutient que le népotisme d'Hollywood est idéologique plus que familial : les amis engagent des amis ayant les mêmes idées idéologiques. L'honnêteté avec laquelle le monde hollywoodien reconnaît sa discrimination anti-conservatrice est choquante. Ceux qui parlent de tolérance et de diversité n'ont aucune tolérance lorsqu'il s'agit de respecter la diversité des idéologies. [25]

4. La prise de pouvoir des médias par les idées de gauche et le progressisme

Walter Williams, fondateur des études de journalisme et de la première école de journalisme au monde à l'université du Missouri, a créé les principes du journaliste en 1914. Il définit le journalisme comme une profession indépendante qui respecte Dieu et honore l'humanité. Les journalistes devraient ne pas chercher à plaire à l'opinion ni à s'attirer les faveurs du pouvoir. Ils doivent être attentifs aux détails et faire preuve de maîtrise de soi, de patience, d'intrépidité et de respect constant pour leurs lecteurs. [26] Cependant, après les années 1960, le progressisme s'est répandu. Le plaidoyer a remplacé l'objectivité. Les idées de gauche et le progressisme ont remplacé l'impartialité.

Dans *The Media Elite*, l'auteur Samuel Robert Lichter écrit que les journalistes ont tendance à faire jouer leurs propres opinions et l'éducation qu'ils ont reçue quand ils abordent des questions controversées dans les reportages. La majorité des gens dans la salle de rédaction sont des progressistes, ce qui a fait pencher les reportages en faveur de cette politique. [27]

Dans ses recherches sur l'évolution de 200 ans de journalisme américain, Jim A. Kuypers a conclu que les médias grand public d'aujourd'hui sont progressistes tant dans leur structure que dans leur couverture de l'information. Il a cité les propos d'un rédacteur en chef de gauche d'un grand journal : « *Trop souvent, nous affichons ouvertement nos idées de gauche. Nous ne tolérons pas d'autres modes de vie et points de vue. Nous n'hésitons pas à dire que si vous voulez travailler ici, vous devez être comme nous, et vous devez être de gauche et progressistes.* » [28]

Dans un autre ouvrage, Kuypers constate que les médias grand public s'orientent beaucoup vers les idées de gauche dans la couverture des questions telles que la race, les allocations familiales, la protection de l'environnement, le contrôle des armes, etc. [29]

Les médias de gauche ont établi leur domination dans l'écologie de la politique américaine et ont répandu leur programme idéologique par le biais de leurs reportages. Dans un communiqué publié par le *Wall Street Journal* en 2001, Bernard Goldberg, ancien journaliste de CBS, a écrit que les présentateurs d'informations grand public sont tellement influencés « *qu'ils ne savent même pas ce qu'est un parti pris de gauche* ». [30]

La plupart des gens dans les sociétés occidentales où règne un climat de confiance ont peu de doutes quant à la véracité des informations créées et diffusées par les médias grand public. Nombreux sont ceux qui tiennent pour acquis que les reportages sont rédigés de manière objective et complète et que ce qui est cité est une analyse sérieuse d'experts fondée sur des informations provenant de sources fiables. Les médias de gauche utilisent la confiance de leur public pour leur inculquer leur vision idéologique du monde.

Bien que les fake news soient monnaie courante aujourd'hui, il s'agit d'un phénomène assez inhabituel. Les sociétés libres de l'Occident ont traditionnellement insisté sur la nécessité d'avoir des médias honnêtes, objectifs et justes. Ainsi, les médias de gauche ne répandent généralement pas de fausses informations pour tromper ouvertement le public. Leurs méthodes sont plus subtiles et plus élaborées, comme décrites ci-dessous.

Une couverture sélective. Chaque jour, des dizaines de milliers d'événements dignes d'intérêt se produisent dans le monde entier. Mais savoir quels événements vont être privilégiés et lesquels passeront discrètement à la trappe va être presque entièrement déterminé par ce que les médias choisissent de couvrir.

Les médias contemporains exercent un grand pouvoir. En raison de l'influence considérable de la gauche au sein de nombreuses organisations et du personnel des médias, de nombreuses idées progressistes, telles que la justice sociale, l'égalité et le féminisme, sont devenues courantes, tandis que les crimes du communisme ont été blanchis. L'ancien président de la Chambre des représentants des États-Unis, Newt Gingrich, a dit un jour : « *La gauche académique, ses médias et ses acolytes d'Hollywood refusent d'affronter l'horrible bilan de l'inhumanité infinie du marxisme.* » [31]

La couverture sélective peut être divisée en trois catégories. Premièrement, les événements sont choisis uniquement ou principalement pour leur utilité à aider les lecteurs à accepter la position idéologique de la gauche.

Deuxièmement, au lieu de rendre compte de manière exhaustive du contexte de l'événement, ils ne rapportent que les aspects qui soutiennent le point de vue de la gauche. Enfin, les médias ont tendance à donner une voix plus forte à ceux qui penchent à gauche ou dont les déclarations sont en accord avec la gauche, tandis que d'autres organisations et individus sont mis à l'écart.

Tim Groseclose écrit : « *Pour chaque péché de commission [...] nous pensons qu'il y a des centaines, voire des milliers, de péchés d'omission, des cas où un journaliste choisit des faits ou des histoires en se basant uniquement sur ses vues politiques.* » [32]

Établissement d'une feuille de route idéologique. Dans les années 1960, les chercheurs dans le domaine des médias ont avancé la théorie selon laquelle la fonction des médias est de déterminer lesquels des sujets peuvent être débattus. Bernard Cohn l'a bien exprimé : La presse « *ne réussit peut-être pas la plupart du temps à dire aux gens ce qu'ils doivent penser, mais elle réussit étonnamment bien à dire à ses lecteurs à quoi penser.* » [33] En d'autres termes, la presse peut déterminer l'importance des événements en fonction du nombre d'articles et de suivi qu'un événement reçoit, alors que des questions tout aussi importantes, voire plus importantes encore peuvent être traitées de façon plus sommaire voire pas du tout.

La question des droits des transgenres, bien qu'elle ne concerne qu'une très petite partie de la population, est devenue un point central de discussion et un exemple de réussite des médias dans l'établissement de cette règle. De plus, le réchauffement climatique, qui devient une question importante dans le discours public, est le résultat d'une conspiration de longue date entre les médias et les autres forces politiques.

Encadrement. Il y a beaucoup de questions qui sont trop importantes pour être ignorées. Les médias utilisent la méthode de l'encadrement pour fixer le récit.

Le mouvement de libération sexuelle et les aides sociales de l'État dans les années 1960 ont entraîné la désintégration de la famille, aggravé la pauvreté et augmenté la criminalité. Cependant, les activistes de gauche utilisent les médias et Hollywood pour donner de la mère célibataire une image de force et d'indépendance, cachant de fait les vrais problèmes sociaux que soulève ce phénomène. Certains critiquent la « suprématie blanche » et attribuent le faible statut financier et social des minorités à la discrimination systémique. La prévalence de ces récits est en grande partie le résultat d'une collusion entre les médias et certaines forces politiques.

La méthode de l'encadrement se retrouve principalement dans le phénomène selon lequel l'histoire qu'on en tire a plus d'importance que les faits. Dans un reportage objectif, l'auteur résume les faits en une histoire. Mais les journalistes et les rédacteurs en chef ont souvent des opinions préconçues sur telle ou telle question et, lorsqu'ils créent des reportages, ils s'arrangent pour que les faits cadrent avec l'histoire qui valide leurs propres opinions.

Utiliser le politiquement correct pour imposer l'autocensure. Le politiquement correct imprègne les médias. Que leurs articles soient écrits dans un style explicite ou implicite, de nombreux médias suivent des règles du politiquement correct qui décident de ce qui peut ou ne peut pas être rapporté et de la façon dont cela doit être fait. En raison de la législation sur les « crimes haineux » dans certains pays européens, de nombreux médias locaux n'osent pas rendre compte des crimes commis par les immigrants, même si ces crimes sont devenus un grave problème social et qu'ils menacent la sécurité intérieure dans ces pays. Les médias américains s'autocensurent également lorsqu'il s'agit de dénoncer des crimes, et préfèrent souvent omettre le statut d'immigrant des auteurs de ces crimes.

Étiqueter les sources conservatrices pour neutraliser leur influence. Pour donner l'impression d'un reportage équilibré, les médias progressistes n'ont d'autre choix que de publier des opinions de conservateurs ou des groupes de réflexion conservateurs. Mais les médias utilisent généralement des étiquettes comme « conservateur », « penchant à droite » ou « droite religieuse » lorsqu'ils citent ces sources, laissant subtilement entendre que leurs opinions sont biaisées ou qu'elles ne sont pas dignes de confiance pour le simple fait qu'ils sont conservateurs. Lorsqu'ils citent des propos de progressistes ou de groupes de réflexion progressistes, les médias utilisent généralement des titres neutres tels qu'« universitaire » ou « expert », suggérant que ces opinions sont impartiales, objectives, rationnelles et dignes de confiance.

Créer un lexique de la rectitude politique. Les médias occidentaux, de concert avec les groupes politiques de gauche et les milieux universitaires, ont créé un vaste système de langage politiquement correct. Il a été appliqué si fréquemment par les médias que le langage s'est profondément enraciné dans la conscience publique, influençant le public à un niveau subliminal.

Une fois que les médias ont validé une opinion de gauche, elle se manifeste dans tous les aspects de la société. Un article du *New York Times* d'octobre 2008 intitulé « Liberal Views Dominate Footlights » (les opinions de gauche dominant les projecteurs) commence par la phrase suivante : « *Pendant cette saison électorale, les spectateurs de New York peuvent voir une douzaine de sujets ouvertement politiques sur l'Irak, la corruption à Washington, le féminisme ou l'immigration, mais ils n'en voient aucun ayant une perspective conservatrice.* » [34]

Les couleurs politiques des médias se reflètent également dans leur couverture du processus démocratique. Les candidats progressistes font l'objet d'un rapport positif, tandis que les candidats qui épousent les points de vue traditionnels font l'objet de plus de critiques. De tels rapports et analyses « d'experts » ont une grande influence sur la population électorale. Groseclose a découvert que 93 % des journalistes à Washington, D.C., ont voté pour les démocrates ; seulement 7 % ont voté pour les républicains. Selon les calculs de Groseclose, le parti pris médiatique aide les candidats démocrates de 8 à 10 points de pourcentage dans une élection type. Par exemple, s'il n'y avait pas eu ce parti pris médiatique, John McCain aurait battu Barack Obama de 56 à 42 %, au lieu de perdre 46 à 53 %. [35]

5. L'industrie cinématographique : avant-garde contre tradition

Hollywood a une influence considérable dans le monde entier. Bien que les films américains représentent moins de 10 % des films produits dans le monde, les films hollywoodiens reçoivent 70 % des projections cinématographiques mondiales. Il est indéniable que les films d'Hollywood dominent l'industrie cinématographique internationale. [36] En tant que symbole international de la culture américaine, Hollywood a servi à diffuser et à amplifier les valeurs américaines dans le monde entier, mais il est devenu un instrument pour exposer toute l'humanité à des valeurs déformées et anti-traditionnelles.

Aujourd'hui, il est difficile pour la plupart des Américains d'imaginer que les familles des années 1930 et 1940 n'avaient pas à s'inquiéter de l'influence négative des films sur les enfants. Mais l'industrie cinématographique de l'époque suivait des règles morales strictes.

En 1934, avec un soutien important de l'église, l'industrie cinématographique a introduit le Code régissant la production de films parlants, synchronisés et muets, aussi connu sous le nom de Code Hays. Son premier principe était qu'aucune image abaissant les normes morales de ceux qui la voient ne devrait être produite. L'auditoire ne devrait jamais être amené à sympathiser avec le crime, les actes répréhensibles, le mal ou le péché. Le principe du Code Hays sur le sexe était de respecter le caractère sacré de la famille et du mariage : les films cinématographiques ne devraient pas laisser entendre que les formes basses de relations sexuelles sont des normes acceptables. L'adultère, bien qu'il soit parfois nécessaire en tant que matériel d'intrigue, ne doit pas être justifié, représenté de manière attrayante ou traité de manière explicite.

Cependant, depuis les années 1950, la libération sexuelle a provoqué un choc culturel et moral. L'essor de la télévision dans les foyers américains a favorisé une pression énorme sur le marché et la rivalité entre les producteurs de films. Hollywood a de plus en plus ignoré le Code Hays et n'a pas réussi à imposer l'autodiscipline. Par exemple, le film *Lolita* (1962), adapté du roman du même titre, décrit la relation adultère entre un homme et sa belle-fille mineure.

Lolita a remporté un Oscar et un Golden Globe, et bien que le film ait reçu des critiques négatives et positives à l'époque, aujourd'hui le film détient une note de 93 pour cent d'approbation parmi ses 41 critiques sur le magazine américain *Rotten Tomatoes*, un agrégateur de films américains et de télévision. Ceci reflète le changement radical de la moralité sociale qui s'est produit ces derniers temps.

Les mouvements de la contre-culture à la fin des années 1960 ont marqué l'effondrement de la morale et de l'ordre traditionnels dans les productions hollywoodiennes. Plusieurs films emblématiques illustrant des thèmes de rébellion reflètent une emprise maléfique et croissante sur l'industrie cinématographique américaine.

Comme nous l'avons dit à maintes reprises tout au long de cette série, une tactique clé du communisme consiste à présenter le comportement criminel sous un jour noble ou vertueux. *Bonnie and Clyde* est un film policier de 1967 basé sur l'histoire réelle des voleurs éponymes de la Grande Dépression. Pendant la Grande Dépression, de nombreuses familles se sont retrouvées sans abri après que leurs maisons aient été saisies par les banques. Les protagonistes du film expriment une colère vertueuse contre ce phénomène et

sont dépeints comme luttant contre l'injustice sociale lorsqu'ils commettent des vols de banque et des meurtres.

Le film, qui présente certaines des premières représentations de la violence d'Hollywood, suggère un récit sous-jacent de la justice à la Robin des Bois pour ces crimes. Le couple criminel est représenté par un bel homme et une belle femme, ayant un sens inhérent de la justice. La police, quant à elle, est présentée comme des larbins incompetents plutôt que comme des protecteurs de la loi et de l'ordre. Le dénouement, la mort de Bonnie et de Clyde, victimes d'un stratagème policier, a eu un impact profond sur le public adolescent. Le couple a été adulé comme des martyrs, comme s'ils s'étaient sacrifiés pour une grande cause.

Les thèmes du crime et de la violence décrits dans le film ont choqué le courant dominant de la société américaine, mais ont trouvé un grand écho parmi les étudiants rebelles. L'acteur et l'actrice qui ont joué dans *Bonnie and Clyde* ont fait la couverture du magazine *Time*. Les jeunes ont commencé à copier leur style vestimentaire, leur langage et leur mépris des traditions et des coutumes. Ils ont même cherché à imiter la manière dont le couple est décédé. [37] Un dirigeant radical d'une organisation étudiante a écrit un article comparant Bonnie et Clyde à des héros supposés comme le chef de la guérilla cubaine Che Guevara et Nguyễn Văn Trỗi, un terroriste vietnamien. [38] Une organisation étudiante radicale affirmait : « *Nous ne sommes pas seulement comme Bonnie et Clyde, nous sommes vraiment des Bonnie et Clyde.* » [39]

En plus d'embellir le crime, *Bonnie and Clyde* présentait un niveau sans précédent de violence et de sexualité. Cependant, le film a quand même été acclamé par la critique, étant nominé dix fois aux Oscars et en remportant deux. Hollywood s'est écarté de ses principes traditionnels.

Le lauréat, sorti fin 1967, reflétait l'anxiété et les conflits internes des étudiants universitaires de l'époque. Le film dépeint un diplômé solitaire à la croisée des chemins de la vie. Les valeurs traditionnelles de la génération de son père sont présentées comme ennuyeuses et hypocrites. Au lieu d'entrer dans la société américaine, il accepte les avances d'une femme mariée plus âgée et tombe également amoureux de sa fille, qui s'en aperçoit. Lors de la cérémonie de mariage de la fille et d'un autre jeune homme, le protagoniste arrive à l'église et s'enfuit avec la jeune femme. *Le lauréat* présentait un mélange de rébellion adolescente, de libido incontrôlée, d'inceste et d'autres thèmes reflétant le milieu confus et anti-traditionnel de la jeunesse rebelle. Le film a connu un succès phénoménal, générant immédiatement des ventes

élevées au box-office et au cours des années suivantes. Avec sept nominations aux Oscars et une victoire, le film a été reconnu dans tout Hollywood.

Des films comme *Bonnie and Clyde* et *Le lauréat* ont marqué le début de la nouvelle ère hollywoodienne. Fin 1968, le Code Hays a été remplacé par le système moderne de classification des films. En d'autres termes, les films de toutes sortes de contenu pouvaient être projetés à condition d'être étiquetés avec une classification. Cela a considérablement assoupli l'autodiscipline morale de l'industrie du divertissement et brouillé les normes du bien et du mal. De cette façon, les artistes et le personnel des médias ont séparé la moralité de leurs créations, donnant libre cours au contenu maléfique.

Le divertissement dégénéré a accroché les auditoires avec une stimulation bon marché, excitante et facilement accessible. Pendant ce temps, les producteurs ont cédé à leur cupidité, car ils réalisaient des profits commerciaux prodigieux.

Le cinéma est un médium spécial qui a le pouvoir de créer des atmosphères fascinantes, des personnalités réalistes, et d'amener le public au point de vue du réalisateur. Les films à succès peuvent tellement immerger leurs spectateurs dans le monde cinématographique que presque rien ne peut les ramener à la réalité. Ils jouent un rôle énorme dans la formation des sentiments et de la vision du monde de leurs auditoires, et entre les mains de personnes mal intentionnées, à amener les gens à rompre avec la tradition.

Un producteur de films bien connu a dit un jour : « *Les documentaires convertissent le déjà converti. Les films de fiction convertissent les non convertis.* » [40] En d'autres termes, les documentaires renforcent les valeurs que les téléspectateurs ont déjà, tandis que les films de fiction utilisent des histoires fascinantes pour initier leur public inconscient à un nouvel ensemble de valeurs. Le producteur et protagoniste masculin de *Bonnie and Clyde* est un partisan du socialisme. Son drame historique *Reds* de 1981 lui a valu des Oscars et des Golden Globe. Au plus fort de la guerre froide, *Reds* a changé le stéréotype d'un communiste radical en une personne facile à vivre et aimable. [41]

Dans un autre de ses films nominés aux Oscars, *Bulworth*, il dépeint un candidat socialiste à la présidence. Par son portrait, le public a été informé que la classe, et non la race, est la question centrale de la politique américaine. [42] Ce film a connu un tel succès que plusieurs l'ont poussé à se porter candidat à la présidence des États-Unis.

De nombreux films ont eu un impact immédiat. Alors que *Bonnie and Clyde* arrivait à la fin de son avant-première, des insultes ont été lancées à la police depuis les dernières rangées. [43] Après l'introduction du système de classification, le premier film classé R, *Easy Rider*, est devenu un succès instantané et a contribué à promouvoir l'abus de drogues. Le film suit les aventures de deux motocyclistes hippies aux cheveux longs, dealer de cocaïne, qui se livrent à la musique rock, aux drogues hallucinogènes, aux communautés hippies et aux bordels. De vraies drogues ont été utilisées pendant la production du film. Leur mode de vie d'indulgence antisociale sans valeurs conventionnelles est devenu le rêve de nombreux jeunes et a fait de la drogue un symbole de la contre-culture. Le réalisateur a admis : « *Le problème de la cocaïne aux États-Unis, c'est vraiment de ma faute. Il n'y avait pas de cocaïne dans la rue avant Easy Rider. Après Easy Rider, elle était partout.* » [44]

Depuis l'introduction du système de classification des films, Hollywood a commencé à produire en masse des films qui donnent un point de vue positif sur des comportements dégénérés comme la promiscuité sexuelle, la violence, les drogues illicites et le crime organisé. Une étude de recherche a montré que les films classés R (ndt – classification en vigueur aux États-Unis correspondant à : « *les enfants de moins de 17 ans doivent être accompagnés d'un adulte* ») représentent jusqu'à 58 % des films hollywoodiens produits entre 1968 et 2005. [45]

Le chercheur américain Victor B. Cline a analysé 37 films qui ont été projetés à Salt Lake City dans les années 1970. Il a constaté que 58 % des films présentaient la malhonnêteté sous un jour héroïque ou comme justifiée par le héros en raison des circonstances, et que 38 % des films présentaient l'activité criminelle comme quelque chose qui rapporte ou comme un passe-temps réussi et passionnant, sans conséquences négatives. Dans 59 % des films, les héros ont tué une ou plusieurs personnes. 72 % des héroïnes ont été présentées comme sexuellement débauchées dans une certaine mesure. En fait, un seul film suggérait des relations sexuelles normales entre un homme et une femme mariés. Dans seulement 22 % des films, pouvait-on voir l'un ou l'autre des personnages principaux impliqués dans ce que l'on pourrait appeler un mariage sain et plutôt satisfaisant. [46]

Un argument courant contre la critique de la violence et de la sexualité dans les films est que de telles choses existent dans la vie réelle et que les films reflètent seulement la nature de la réalité, plutôt que d'avoir un impact négatif. Mais d'après les chiffres ci-dessus, c'est manifestement faux. De plus, de nombreux films produits par des gauchistes hollywoodiens reflètent naturellement leurs valeurs et ont à leur tour changé les valeurs de la société.

Selon le critique de cinéma et ancien scénariste hollywoodien Michael Medved, les révolutionnaires sociaux progressistes d'Hollywood façonnent les valeurs de la société en attaquant la légitimité de la famille, en encourageant la perversion sexuelle et en glorifiant la laideur. [47]

D'autres soutiennent que la profusion de contenus moralement dégénérés dans l'industrie cinématographique n'est due qu'aux forces du marché. Mais, quels que soient les moyens, les objectifs atteints sont diaboliques et ont un effet effrayant. La vitesse et la puissance avec lesquelles l'industrie cinématographique a été utilisée pour faire s'effondrer la moralité publique sont stupéfiantes. Certains films adulent les bêtes ou les monstres ; ceux qui dépeignent l'homme se transformant en bêtes ou qui sont eux-mêmes bestiaux sont approuvés et loués par le grand public hollywoodien. C'est la façon par laquelle le diable amène le monde sous sa domination dans la vie réelle, l'esprit humain en est venu à ouvrir les bras aux monstres.

Ces films anti-tradition explorent et reflètent certaines questions sociales de manière superficielle, mais ce sont en réalité des prétextes pour créer un environnement complexe et vif dans lequel immerger le public. Une atmosphère soigneusement conçue permet au public de penser que les normes morales sont circonstancielles. Les actes laids que la société conventionnelle désapprouve peuvent toujours être rationalisés d'une manière ou d'une autre, être traités avec sympathie, ou même paraître positifs. Le message ultime, implanté dans le cerveau du public, est qu'il n'y a pas de distinction claire entre le droit et le déviant ou le bien et le mal, que les traditions sont ennuyeuses et répressives, et que la morale est relative.

6. Télévision : la corruption dans chaque foyer

La télévision est devenue un élément omniprésent de la vie quotidienne. L'écoute fréquente de la télévision change la vision du monde des gens sans qu'ils s'en rendent compte. Les recherches menées par le Media Research Center ont démontré ce point. Par exemple, plus les gens regardent la télévision, moins ils sont attachés aux vertus traditionnelles comme l'honnêteté, la fiabilité et l'équité, et plus leurs attitudes à l'égard des questions de moralité sexuelle, comme les relations sexuelles hors mariage, l'avortement et l'homosexualité, sont susceptibles d'être clémentes. [48]

Bien que les pourcentages de deux groupes de personnes, les téléspectateurs occasionnels et les téléspectateurs réguliers qui disent croire en Dieu, soient presque les mêmes (85 à 88 %), plus on regarde la télévision, plus il est difficile pour la personne d'apprécier les principes religieux. Par exemple, lorsqu'on leur demande, dans un questionnaire, de choisir entre « *Les gens devraient*

toujours vivre selon les enseignements et les principes de Dieu en toutes circonstances » ou « Les gens devraient combiner leur ensemble personnel de morale et de valeurs avec les codes moraux de Dieu », ceux qui regardent davantage la télévision ont tendance à choisir la dernière option.

De ces chiffres, on peut généralement conclure que la télévision prédispose les gens au relativisme moral.

La télévision fait partie intégrante de la vie quotidienne depuis les années 1950. Non seulement les séries télévisées et les films ont un effet similaire sur les valeurs des gens, mais les talk-shows, les séries et même les documentaires inculquent tranquillement à leur public toutes sortes d'idées déformées par une répétition continuelle et quotidienne.

Prenons l'exemple des talk-shows. Les studios de télévision sont particulièrement désireux d'inviter des personnes dont les opinions ou le comportement contredisent les valeurs traditionnelles ou dont les vies sont pleines de conflits, ou d'inviter des « experts » pour discuter de certaines questions controversées de morale. Les invités sont encouragés à révéler « courageusement » les problèmes « profonds » ou « complexes » de leur vie personnelle. L'animateur, les experts ou le public présent sur les lieux proposent différents « choix » pour résoudre les problèmes. Pour assurer la popularité du programme, aucun jugement moral n'est généralement porté. De cette façon, de nombreux programmes deviennent un lieu d'exposition de comportements et de perspectives corrompus et déformés. Peu à peu, les gens en sont venus à s'entendre sur le fait que les valeurs qu'ils défendaient ne s'appliquent pas dans certaines circonstances particulières, ce qui, en fait, nie l'existence de principes universels.

De nombreuses émissions de télévision diffusées aux heures de grande écoute sont remplies d'un contenu méprisable et désagréable qu'il est difficile de regarder. Certains animateurs d'émissions, y compris des animatrices, sont fiers de jurer. Un grand nombre d'émissions endoctrinent les gens avec des goûts vulgaires et des contenus anti-culturels ou anti-traditions par le biais de divertissements, alors que le public est dans un état de détente. Au fil du temps, les gens ne se sentent pas du tout alarmés et en viennent même à reconnaître et à apprécier ce matériel, érodant ainsi leur pensée morale.

Les comédies de situation (sitcoms) sont utilisées pour normaliser des valeurs et des comportements déviants qui sont en fait rarement vus dans la vie quotidienne en les diffusant à répétition à la télévision.

Ben Shapiro prend l'exemple d'une scène de l'épisode intitulé « Celui qui a failli rater l'accouchement » de la série américaine très populaire *Friends*. L'ex-femme lesbienne de Ross, Carol, va avoir son bébé. Ross craint à juste titre que son enfant grandisse dans une famille lesbienne. Alors que Ross se sent perturbé, Phoebe lui dit : « *Quand j'étais enfant, mon père est parti, ma mère est morte, et mon beau-père est allé en prison, alors j'avais à peine assez de morceaux de parents pour en faire un entier. Et voici ce petit bébé qui a trois parents entiers qui s'en soucient tellement qu'ils se disputent pour savoir qui l'aime le plus. Et il n'est même pas encore né. C'est juste, c'est juste le bébé le plus chanceux du monde entier.* »

Ross se sent immédiatement soulagé et rassuré par cette perspective. Comme l'écrit Shapiro, l'épisode dépeint « *les lesbiennes enceintes et les foyers triparentaux comme étant non seulement normaux, mais admirables* ». [49]

La médecine moderne a découvert que le cerveau humain se compose de cinq types différents d'ondes cérébrales. Deux d'entre elles sont des ondes cérébrales trouvées dans l'état de conscience éveillé : les ondes alpha (α) et les ondes bêta (β). Lorsque les gens sont occupés à travailler, leurs ondes cérébrales dominantes sont les ondes β . Ils font preuve d'une meilleure capacité d'analyse et ont tendance à utiliser la pensée logique. Une personne ayant un débat montrerait principalement des ondes β . En d'autres termes, les personnes dans l'état où les ondes β sont dominantes sont plus alertes et moins crédules. Cependant, lorsque les gens sont détendus et que les vagues α dominant, leurs émotions prennent le dessus et leur capacité d'analyse s'affaiblit. Lorsque les gens regardent la télévision, ils ne sont pas préparés à une réflexion sérieuse, mais sont plutôt détendus et impressionnables. Dans de telles circonstances, les gens ont tendance à être persuadés de façon subliminale par les thèmes et les points de vue représentés dans l'émission de télévision.

Les recherches montrent que près des deux tiers des émissions médiatiques, y compris les émissions pour enfants, contiennent des scènes de violence. Le contenu sexuel trompeur est également omniprésent dans les émissions de télévision et les films. Après les cours d'éducation sexuelle dans les écoles, les jeunes citent les médias comme la deuxième source la plus importante d'information sur l'activité sexuelle.

De nombreuses recherches montrent clairement que le contenu violent dans les médias désensibilise les jeunes à la violence et augmente leurs chances de commettre des actes violents plus tard dans leur vie. Les médias ont une très mauvaise influence sur les jeunes, augmentant la tendance à la violence, à

l'activité sexuelle des mineurs et à la grossesse chez les adolescentes. Les filles qui voient souvent des émissions contenant des représentations d'activités sexuelles sont deux fois plus susceptibles d'être enceintes dans les trois ans que les filles qui regardent rarement de telles émissions. Les programmes médiatiques augmentent également le risque d'agression sexuelle et les comportements dangereux. [50]

Un déluge de contenus pornographiques et sexuels attaque directement les valeurs sociales et la tradition. Comme l'a fait remarquer un expert : « *Les médias sont tellement convaincants et tellement remplis de sexe qu'il est difficile pour n'importe quel enfant, même un critique, de résister. [...] Je considère les médias comme nos véritables éducateurs sexuels.* » [51] En raison de l'influence des médias, les relations sexuelles hors mariage, l'adultère et d'autres comportements ont été tenus pour acquis comme faisant partie d'un mode de vie normal, tant que tous les partis sont consentants, il n'y a rien à redire.

Dans le livre *Propagande en direct*, Shapiro résume près d'une centaine de séries télévisées américaines influentes. Il a constaté qu'au fil du temps, ces programmes vont de l'acceptation du progressisme à la promotion de l'athéisme et du dénigrement de la foi, en passant par la promotion du sexe et de la violence, la promotion du féminisme, l'acceptation de l'homosexualité et des transsexuels, le rejet de la morale et des relations traditionnelles entre mari et femme ou parent et enfant, la promotion énergique des opinions de gauche et l'établissement d'antihéros impitoyables et sans compassion comme protagonistes. Leur évolution est un processus de dégradation continue des valeurs morales. Ce type de mode de vie anti-traditionnel a eu une influence majeure sur l'état d'esprit du grand public, en particulier des jeunes. [52]

De nombreuses émissions de télévision dites musicales font la promotion sans réserve du porno softcore et même des comportements sexuels pervers auprès du jeune public. [53] Depuis la mise en place du système de classification des films, de nombreux films pornographiques peuvent être vendus à condition qu'ils soient classés « X ». Au fur et à mesure du développement de la technologie, ces programmes indécents sont passés de la consommation clandestine à la consommation générale et peuvent facilement être obtenus dans les magasins de location de films, sur les chaînes de télévision payantes et dans les hôtels.

Les émissions de télévision commencent à polluer les gens à un très jeune âge. Les dessins animés mettent en scène des personnages laids ou des quantités importantes de violence. D'autres programmes pour enfants sont chargés de

sous-entendus progressistes et de débauche, comme l'enseignement de l'homosexualité sous le nom de « diversité culturelle ». Ils utilisent des phrases comme « *Il n'y a qu'une seule personne au monde comme toi* » pour encourager l'estime de soi non méritée et le concept d'accepter tous les gens sans considérer leur comportement immoral. [54]

Il est certain que peu de producteurs d'Hollywood avaient un programme officiel pour inculquer à leurs auditoires des idéologies corrompues. Mais lorsque les producteurs d'émissions eux-mêmes sont d'accord avec les concepts de progressisme et les idées de gauche, ces idéologies corrompues se retrouvent inévitablement dans les émissions. Le vrai plan est diabolique, et les travailleurs des médias qui s'éloignent trop du divin deviennent les pions du mal.

7. Les médias : un champ de bataille clé dans une guerre totale

La philosophie communiste de lutte n'épargne aucun domaine et ne respecte aucune morale pour atteindre ses objectifs politiques. Lors de la campagne présidentielle américaine de 2016, le candidat Donald Trump s'est opposé au « politiquement correct » et s'est prononcé en faveur de mesures visant à déplacer l'Amérique de l'extrême gauche vers la droite : retour aux valeurs traditionnelles, État de droit, réduction des impôts pour revitaliser l'économie, renouveler le respect et l'humilité du peuple face à Dieu, etc. Son franc-parler a semé la panique chez les progressistes. Armés des médias grand public, ils se sont lancés dans une attaque généralisée contre Trump.

Pendant la campagne présidentielle, les médias de gauche ont utilisé diverses méthodes pour diaboliser et dénigrer délibérément Trump tout en ostracisant ses partisans, décrits comme racistes, sexistes, xénophobes, anti-immigrants et petits Blancs sans éducation. En d'autres termes, les médias ont tenté d'influencer les résultats de l'élection en manipulant l'opinion publique. En dehors d'un petit nombre de médias, près de 95 % des médias ont prédit à maintes reprises que Trump serait sans aucun doute perdant. Contre toute attente, Trump a battu son rival et a été élu 45^e président des États-Unis.

Dans des circonstances normales, quelle que soit l'intensité de la campagne électorale, les différents partis et groupes devraient reprendre leurs activités normales une fois l'élection terminée. Plus important encore, les médias doivent respecter le principe d'équité, faire passer les intérêts nationaux en premier et maintenir le principe de neutralité des médias. Cependant, après l'élection présidentielle de 2016 aux États-Unis, nous avons vu que les médias ont continué leur frénésie de campagne, même au risque d'endommager leur image publique.

La plupart des médias ont délibérément occulté les réussites de l'administration Trump, telles que les marchés boursiers atteignant de nouveaux records, les réussites diplomatiques américaines et l'éradication quasi totale de Daech. Avec un taux de chômage qui n'a jamais été aussi bas depuis 18 ans aux États-Unis, l'économie américaine connaît une reprise. En outre, les médias font tout ce qui est en leur pouvoir pour paralyser l'administration Trump en lançant des accusations sans fondement. Par exemple, les médias ont évoqué une théorie de conspiration de collusion entre Trump et la Russie, mais une enquête spéciale n'a trouvé aucune preuve à l'appui. Un rapport du Congrès a déclaré sans ambiguïté qu'il n'y avait pas de collusion entre Trump et la Russie. [55]

Pour attaquer Trump, les médias ont aussi généré beaucoup de fake news. En décembre 2017, un géant de l'information télévisée a dû suspendre deux journalistes de haut rang pendant quatre semaines sans salaire et censurer leur travail parce qu'ils avaient fabriqué de faux reportages selon lesquels Trump avait ordonné à Michael Flynn de prendre contact avec la Russie. [56] Finalement, les deux journalistes ont été forcés de quitter la chaîne de télévision. Cette équipe avait pourtant des réalisations remarquables à son actif, ayant remporté quatre prix Peabody et 17 Emmy Awards, mais leurs fake news leur ont apporté honte et disgrâce.

Lorsque le président Trump a condamné le tristement célèbre gang MS-13, en particulier les membres qui étaient entrés aux États-Unis en tant qu'immigrants illégaux, il a déclaré : « *Ce ne sont pas des gens. Ce sont des animaux, et nous devons être très, très durs.* » Cependant, les grands médias américains l'ont immédiatement sorti de son contexte, affirmant que Trump disait que les immigrants illégaux étaient des animaux.

En juin 2018, la photo d'une Hondurienne en pleurs a été largement diffusée dans les médias et sur Internet. Cette petite fille et sa mère ont été arrêtées par une patrouille frontalière alors qu'elles tentaient d'entrer illégalement aux États-Unis. Les médias ont affirmé que la jeune fille avait été séparée de sa mère de force et ils ont profité de l'occasion pour critiquer les politiques frontalières de Trump et sa tolérance zéro envers l'immigration illégale. Plus tard, le magazine *Time* a combiné la photo de la petite fille avec une photo de Trump sur la couverture du magazine, ajoutant la légende « *Bienvenue en Amérique* » pour ridiculiser Trump. Cependant, le père de la jeune fille a déclaré plus tard aux médias que les autorités frontalières ne l'avaient pas séparée de sa mère. [57]

Selon des études menées par le Media Research Center, Trump a été le principal sujet des informations du soir diffusées par les trois principaux réseaux de médias américains au cours des deux dernières années, absorbant un tiers du temps d'antenne total utilisé par les nouvelles du soir. En 2017, 90 % de la couverture accordée à Trump était négative, alors que la couverture positive n'était que de 10 %. En 2018, la couverture négative a atteint 91 %. Le rapport conclut : « *Il ne fait aucun doute qu'aucun président n'a jamais fait l'objet d'une couverture aussi hostile, pendant une période aussi longue, comme l'a fait Trump.* » [58]

Cependant, le public américain est de plus en plus conscient des fake news. D'après un sondage réalisé par l'université de Monmouth en avril 2018, le pourcentage d'Américains pour lesquels « *les principaux médias rapportaient de fausses nouvelles* » est passé de 63 % l'année précédente à 77 %. [59] En 2016, un sondage Gallup a révélé que la confiance des Américains à l'égard des médias avait atteint un nouveau creux, avec seulement 32 % des personnes ayant beaucoup ou assez confiance dans les médias, une baisse de 8 points de pourcentage par rapport à l'année précédente. [60] Sans surprise, le propriétaire d'une grande entreprise de médias se plaignait que « *les fausses nouvelles sont le cancer de notre temps.* » [61]

À en juger par les résultats des élections américaines, la moitié des Américains soutiennent Trump, mais l'attitude adoptée par les médias est simplement unilatérale. Dans ces circonstances anormales, Trump est attaqué et diabolisé parce qu'il prône fortement la restauration de la tradition, et ses idéaux ne peuvent coexister avec l'idéologie anti-traditionnelle de la gauche. Si les attaques des médias contre Trump parviennent à faire perdre la confiance du public en lui, leur objectif sous-jacent d'empêcher la société de revenir à la tradition sera ainsi atteint.

Ce qui est plus inquiétant, cependant, c'est que de nombreux médias sont devenus des catalyseurs pour amplifier la rhétorique radicale, provoquer l'animosité et la haine et polariser la population, élargissant ainsi encore davantage les fissures dans la société. On a renoncé à toute éthique de base et on se fiche des conséquences au point que se détruire soi-même pour provoquer la mort d'un adversaire est devenu chose acceptable. Le pays a été poussé dans un état de chaos et de danger extrême.

Conclusion : rétablir la responsabilité des médias

Si l'on pouvait dire que le spectre du communisme n'avait que partiellement infiltré et contrôlé diverses régions du monde au cours du siècle dernier, à l'heure actuelle il règne déjà sur notre monde. Tous les aspects du monde

humain ont déjà été soumis à la corruption. L'immense influence des médias sur l'humanité a été utilisée efficacement pour laver les cerveaux, tromper et corrompre la morale humaine, amenant les gens à s'écarter inconsciemment des traditions.

Dans les pays occidentaux, de nombreux médias progressistes sont devenus des outils pour cacher la vérité et tromper les gens. Beaucoup ont abandonné l'éthique professionnelle de base et ont plutôt recours à toutes sortes d'attaques sans scrupules, d'abus et de calomnies, sans prendre en compte l'impact sur leur réputation ou sur la société.

Le spectre a réussi parce qu'il a exploité les défauts humains : la poursuite de la gloire et du gain, l'ignorance, la paresse, l'égoïsme, la sympathie mal appliquée, l'esprit de compétition, etc. Certains journalistes se rebellent contre les valeurs traditionnelles sous prétexte de faire connaître la vérité. Certains se conforment à la « demande publique » déjà moralement avilie afin de gagner des lecteurs. Certains se conforment aux normes abaissées pour faire avancer leur carrière. Certains fabriquent de fausses nouvelles par jalousie et hostilité. Certains croient aux fausses nouvelles à cause de leur ignorance et de leur paresse. Certains exploitent la gentillesse et la sympathie des autres pour défendre la justice sociale et font ainsi pencher la société entière vers la gauche, recourant à des tactiques sans scrupules pour atteindre leurs objectifs politiques et économiques.

La mission des médias est noble. Elle est censée être la source par laquelle les gens obtiennent leurs informations sur les événements publics, et c'est aussi une force importante dans le maintien d'un développement sain de la société. L'objectivité et l'impartialité sont les exigences éthiques fondamentales des médias et sont la clé de la confiance que les gens y accordent. Mais dans les médias d'aujourd'hui, le chaos règne, affectant gravement la confiance que les gens ont en elle. Réaffirmer la mission des médias et rétablir la gloire de la profession de journaliste est la responsabilité noble de tous ceux qui y travaillent.

Restaurer la mission des médias signifie que les médias doivent rechercher la vérité. La couverture médiatique de la vérité doit être complète et venir de la sincérité. En rapportant des phénomènes sociaux, de nombreux médias présentent des réalités partielles qui sont souvent trompeuses et peuvent faire plus de mal que des mensonges purs et durs.

Une partie de la mission des médias est de promouvoir la compassion. La compassion des médias n'est ni un abus de sympathie ni une rectitude politique. Son but doit être le bien-être à long terme de l'humanité. La solution

pour l'humanité n'est pas d'obtenir un avantage économique à court terme, de ne pas tomber dans une utopie communiste fabriquée de toutes pièces, mais de suivre la voie traditionnelle tracée par le divin, d'élever les normes morales et de retourner à sa place originelle, la véritable et magnifique origine de la vie elle-même.

Les médias sont bons s'ils peuvent aider la société à valoriser et à défendre la moralité, car le bien et le mal sont tous deux présents dans la société humaine. Il est de la responsabilité des médias de répandre la vérité, de louer la vertu, d'exposer et de contenir le mal.

En reprenant leur mission, les médias doivent accorder plus d'attention aux grands événements qui affectent l'avenir de l'humanité. Le siècle dernier a été témoin d'une grande confrontation entre le monde libre et le camp communiste. Alors qu'il semblait s'agir d'une confrontation idéologique, il s'agissait en fait d'une lutte entre la vie et la mort, entre la droiture et le mal, car le communisme ruine les mœurs qui unissent les civilisations de l'humanité. Pourtant, après l'effondrement des régimes communistes en Europe de l'Est, son fantôme persiste, invaincu.

En Chine, pays de culture ancienne, le Parti communiste persécute depuis 1999 la pratique spirituelle du Falun Gong, qui défend les principes universels d'authenticité, de bienveillance et de tolérance. Cette persécution a touché des millions de personnes sur l'ensemble du territoire du pays le plus peuplé du monde ; elle dure depuis près de deux décennies et est perpétrée avec un degré de brutalité qu'il est difficile d'atteindre. C'est la plus grande persécution de la foi dans l'histoire contemporaine.

La persécution du Falun Gong est une persécution contre les valeurs fondamentales de la civilisation humaine et une attaque monstrueuse contre la liberté de croyance. Cependant, sa couverture par les médias occidentaux a été disproportionnellement faible par rapport à l'ampleur et à la gravité des événements réels qui se sont produits. La plupart des grands médias ont été influencés par l'influence politique du Parti communiste chinois et ont pratiqué l'autocensure ou sont restés silencieux sur cette question très préoccupante. Certains ont même été complices en aidant le PCC à répandre sa tromperie.

Au même moment, une tendance qui s'oppose au communisme et prône le retour à la tradition est apparue. En Chine, plus de 300 millions de personnes se sont retirées du PCC et de ses organisations affiliées dans le mouvement « Tuidang » (Quitter le Parti). Pourtant, un phénomène d'une telle ampleur, qui

revêt une grande importance pour l'avenir de la Chine et du monde, est rarement mentionné dans les médias occidentaux.

Aujourd'hui, alors que le monde subit de grands changements, la vérité et les valeurs traditionnelles sont plus importantes que jamais. Le monde a besoin de médias capables de faire la distinction entre le bien et le mal, de faire de bonnes actions et de maintenir la moralité publique. Transcender les intérêts des individus, des entreprises et des partis politiques pour présenter le monde réel devant le peuple est le devoir de tout professionnel des médias.

Aujourd'hui, face au déclin moral de la profession des médias, il est impératif que les lecteurs et le public fassent une distinction consciente entre le bien et le mal, et qu'ils examinent de manière rationnelle l'information produite par les médias. Les gens doivent juger des questions conformément à la tradition morale, considérer les phénomènes sociaux sous l'angle des valeurs universelles et, ce faisant, pousser les médias à remplir leur mission historique. C'est aussi la clé qui permettra à l'humanité d'échapper à l'influence du spectre communiste et de trouver le chemin d'un avenir meilleur.

Lire la suite : Chapitre 14 – La culture populaire, un plaisir décadent

Sommaire

Références

[1] Thomas Jefferson, *The Works*, vol. 5 (Correspondence 1786–1789), quoted in Online Library of Liberty, accessed on October 2, 2018,

<http://oll.libertyfund.org/quote/302>.

[2] Joseph Pulitzer, "Why Schools of Journalism?" *The New Republic*, October 9, 1930, 283.

[3] "Rules of the Communist League," *The Communist League*, Marx/Engels Internet Archive, accessed October 4, 2018,

<https://www.marxists.org/archive/marx/works/1847/communist-league/index.htm>.

[4] Lin Biao, "Speech at the Enlarged Meeting of the Politburo," *Collection of Documents From China's Cultural Revolution* (May 18, 1966). [In Chinese]

[5] Hu Qiaomu, "Newspapers Are Textbooks," *The Collected Works of Hu Qiaomu*, Vol. III, (Beijing, People's Daily Publishing House, 1994), p. 303. [In Chinese]

[6] Han Mei, "UK Declassifies Files Saying 10,000 Were Killed at Tiananmen;

Bodies Stored Underground in Heaps,” *Sound of Hope Radio*, December 20, 2017, <http://www.soundofhope.org/gb/2017/12/20/n1378413.html>. [In Chinese]

[7] “Self-Immolation Hoax on Tiananmen Square,” Minghui.org, <http://en.minghui.org/cc/88/>.

[8] “General Overview: Intensify the Fostering of a Mechanism for Innovation, Construct a High-Grade Propaganda Cultural Team,” *Xinhua News Network*, September 28, 2011, <http://cpc.people.com.cn/GB/64107/64110/15777918.html>. [In Chinese]

[9] Matthew Vadum, “Journalistic Treachery,” *Canada Free Press*, July 1, 2015, <https://canadafreepress.com/article/journalistic-treachery>.

[10] Marco Carynnyk, “The *New York Times* and the Great Famine,” *The Ukrainian Weekly* No. 37, Vol. LI (September 11, 1983), accessed October 5, 2018, <http://www.ukrweekly.com/old/archive/1983/378320.shtml>.

[11] Robert Conquest, *The Harvest of Sorrow: Soviet Collectivization and the Terror-famine* (Oxford: Oxford University Press, 1986), 319.

[12] Quoted in Arnold Beichman, “Pulitzer-Winning Lies,” *The Weekly Standard*, June 12, 2003, <https://www.weeklystandard.com/arnold-beichman/pulitzer-winning-lies>.

[13] Ronald Radosh, *Red Star over Hollywood: The Film Colony’s Long Romance with the Left* (San Francisco: Encounter Books, 2005), 80.

[14] *Ibid.*, 105.

[15] Edgar Snow, *Random Notes on Red China*, Translation by Xi Boquan, (Nanjing: Jiangsu People’s Publishing House, 1991), p. 1.

[16] Ruth Price, *The Lives of Agnes Smedley* (Oxford: Oxford University Press, 2004), 5–9.

[17] Lymari Morales, “Majority in U.S. Continues to Distrust the Media, Perceive Bias,” *Gallup*, September 22, 2011, <https://news.gallup.com/poll/149624/majority-continue-distrust-media-perceive-bias.aspx>.

[18] Tim Groseclose, *Left Turn: How Liberal Media Bias Distorts the American Mind* (New York: St. Martin’s Press, 2011).

[19] *Ibid.*, “The Second-Order Problem of an Unbalanced Newsroom,” Chapter 10.

[20] Lydia Saad, “U.S. Conservatives Outnumber Liberals by Narrowing Margin,” *Gallup*, January 3, 2017, <https://news.gallup.com/poll/201152/conservative-liberal-gap-continues-narrow-tuesday.aspx>.

[21] Chris Cillizza, “Just 7 Percent of Journalists Are Republicans. That’s Far Fewer than Even a Decade Ago,” *The Washington Post*, May 6, 2014, https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/05/06/just-7-percent-of-journalists-are-republicans-thats-far-less-than-even-a-decade-ago/?noredirect=on&utm_term=.3d0109901e1e.

- [22] “2016 General Election Editorial Endorsements by Major Newspapers,” The American Presidency Project, http://www.presidency.ucsb.edu/data/2016_newspaper_endorsements.php.
- [23] Ben Shapiro, “The Clique: How Television Stays Liberal,” *Primetime Propaganda: The True Hollywood Story of How the Left Took Over Your TV* (New York: Broadside Books, 2012).
- [24] Ibid., “Making the Right Cry: How Television Drama Glorifies Liberalism.”
- [25] Ibid., “The Clique: How Television Stays Liberal”
- [26] Quoted in Jim A. Kuypers, *Partisan Journalism: A History of Media Bias in the United States* (Lanham: Rowman & Littlefield, 2014), 8.
- [27] S. Robert Lichter, et. al., *The Media Elite* (Castle Rock, Colo.: Adler Publishing Co., 1986).
- [28] Kuypers, *Partisan Journalism*, 2.
- [29] Jim A. Kuypers, *Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues* (Santa Barbara, Calif.: Greenwood Publishing Group, 2002).
- [30] Quoted in Kuypers, *Partisan Journalism*, 4.
- [31] Newt Gingrich, “China’s Embrace of Marxism Is Bad News for Its People,” Fox News, June 2, 2018, <http://www.foxnews.com/opinion/2018/06/02/newt-gingrich-chinas-embrace-marxism-is-bad-news-for-its-people.html>.
- [32] Tim Groseclose and Jeff Milyo, “A Measure of Media Bias,” *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 120, No. 4 (November, 2005), 1205.
- [33] Quoted in Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, “The Agenda-Setting Function of Mass Media,” *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, No. 2 (Summer, 1972), 177.
- [34] Patricia Cohen, “Liberal Views Dominate Footlights,” *New York Times*, October 14, 2008, <https://www.nytimes.com/2008/10/15/theater/15thea.html>.
- [35] Groseclose, Preface, *Left Turn*.
- [36] Jonathan Derek Silver, *Hollywood’s Dominance of the Movie Industry: How Did It Arise and How Has It Been Maintained?*, doctoral dissertation, the Queensland University of Technology (2007), Section 1.4, https://eprints.qut.edu.au/16687/1/Jonathan_Derek_Silver_Thesis.pdf
- [37] John Belton, *American Cinema / American Culture*, 2nd Edition (McGraw-Hill Publishing Company, 2005), Chapter 14.
- [38] Todd Gitlin, *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left* (Berkeley: University of California Press, 2003), 199.
- [39] Steven J. Ross, *Hollywood Left and Right: How Movie Stars Shaped American Politics* (Oxford University Press, 2011), 322.
- [40] Ibid., 338.
- [41] Ibid., 338–39.
- [42] Ibid., 352.
- [43] Gitlin, *The Whole World Is Watching*, 199.

- [44] Peter Biskind, *Easy Riders, Raging Bulls: How the Sex-Drugs-and-Rock 'N' Roll Generation Saved Hollywood* (New York: Simon and Schuster, 1999), 74.
- [45] Ashley Haygood, *The Climb of Controversial Film Content*, master's thesis in Communication at Liberty University, May 2007, accessed October 5, 2018, <https://digitalcommons.liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?&httpsredir=1&article=1007&context=masters&sei-re>.
- [46] Victor B. Cline, "How the Mass Media Effects Our Values and Behavior," *Issues in Religion and Psychotherapy*, Vol 1, No. 1. (October 1, 1975), <https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=irp>.
- [47] Michael Medved, *Hollywood vs. America* (New York: Harper Perennial, 1993), 3.
- [48] "The Media Assault on American Values," Media Research Center, accessed October 2, 2018, <https://www.mrc.org/special-reports/media-assault-american-values>.
- [49] Shapiro, "Prologue: How Conservatives Lost the Television War," *Primetime Propaganda*.
- [50] "The Impact of Media Use and Screen Time on Children, Adolescents, and Families," American College of Pediatricians, November 2016, <https://www.acpeds.org/wordpress/wp-content/uploads/11.9.16-The-Impact-of-Media-Use-and-Screen-Time-on-Children-updated-with-ref-64.pdf>.
- [51] *Congressional Record*, Volume 141, Number 146 (September 19, 1995), <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CREC-1995-09-19/html/CREC-1995-09-19-pt1-PgS13810.htm>.
- [52] Shapiro, *Primetime Propaganda*.
- [53] Libby Copeland, "MTV's Provocative 'Undressed': Is It Rotten to the (Soft) Core?," *Los Angeles Times*, February 12, 2001, <http://articles.latimes.com/2001/feb/12/entertainment/ca-24264>.
- [54] Shapiro, "Robbing the Cradle: How Television Liberals Recruit Kids," *Primetime Propaganda*.
- [55] Erin Kelly, "Speaker Paul Ryan: 'No Evidence of Collusion' between Trump Campaign and Russians," *USA Today*, June 7, 2018, <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2018/06/07/paul-ryan-no-evidence-collusion-between-trump-campaign-russians/681343002/>.
- [56] Julia Manchester, "Trump: ABC Should Have Fired 'Fraudster' Brian Ross," *The Hill*, December 8, 2017, <http://thehill.com/homenews/administration/364061-trump-abc-should-have-fired-fraudster-brian-ross>.
- [57] Samantha Schmidt and Kristine Phillips, "The Crying Honduran Girl on the Cover of Time Was Not Separated from Her Mother," *Washington Post*, June 22, 2018, <https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2018/06/22/the-crying-honduran-girl-on-the-cover-of-time-was-not-separated-from-her-mother-father-says/>

noredirect=on&utm_term=.bd08dbdaf5bc.

[58] Rich Noyes, “TV vs. Trump in 2018: Lots of Russia, and 91% Negative Coverage (Again!),” NewsBusters, March 6, 2018, <https://www.newsbusters.org/blogs/nb/rich-noyes/2018/03/06/tv-vs-trump-2018-lots-russia-and-91-negative-coverage>.

[59] “‘Fake News’ Threat to Media; Editorial Decisions, Outside Actors at Fault,” Monmouth University Polling Institute, April 2, 2018, https://www.monmouth.edu/polling-institute/reports/monmouthpoll_us_040218/.

[60] Art Swift, “Americans’ Trust in Mass Media Sinks to New Low, Politics,” *Gallup*, September 14, 2016, <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>.

[61] Polina Marinova, “New L.A. Times Owner Tells Readers: ‘Fake News Is the Cancer of Our Times,’” *Fortune*, June 18, 2018, <http://fortune/2018/06/18/los-angeles-times-owner/>