

print

“Continuer à couvrir le mensonge” : La réaction des médias à l’influence grandissante du Mouvement pour la vérité sur le 11-Septembre

De [Elizabeth Woodworth](#)

Global Research, mars 25, 2014

Url de l'article:

<http://www.mondialisation.ca/continuer-a-couvrir-le-mensonge-la-reaction-des-medias-a-linfluence-grandissante-du-mouvement-pour-la-verite-sur-le-11-septembre/5375245>

Il est impossible de couvrir un mensonge éternellement, surtout lorsqu’il s’agit d’une tromperie majeure accomplie devant autant de témoins et de caméras.

Le précédent article de la série « Réaction des médias » date de février 2010, au moment où les médias publics de huit pays différents commençaient à faire part de leurs doutes au sujet du récit officiel du 11/9, et où neuf revues de presse privées avaient exploré le problème durant l’année écoulée.[1]

Depuis lors, les médias grands publics ont continué à s’intéresser au sujet. Au cours des seuls six derniers mois, pas moins de 20 articles dans autant de grands journaux ont eu pour sujet la campagne ReThink911 qui s’est déroulée en septembre et décembre 2013 : on y trouve le Time Magazine, le New York Times, l’Ottawa Citizen, et BBC News Magazine.

Plus le temps passe, et moins l’évocation du 11/9 est douloureuse, cela permet au débat public de s’ouvrir davantage. Il existe un scepticisme croissant à la fois dans les médias publics et privés, vis-à-vis de la crédibilité du 11-Septembre comme fondement de la guerre indéfinie et globale au terrorisme.

L’année dernière, le Président Obama a été empêché de lancer – au nom du terrorisme d’État – une guerre contre la Syrie.

En mars 2014, sept membres du Congrès, soutenus par des familles de victimes du 11/9, appellent à la publication [de pages classifiées] d’un rapport du Congrès datant de 2002 qui mettraient en cause l’Arabie Saoudite comme source de financement des pirates de l’air présumés.

La vérité sur le 11/9 est une nécessité vitale pour l’établissement de la paix entre l’Est et l’Ouest.

Les images terrifiantes de ces avions de ligne s’écrasant contre les plus hautes tours d’Amérique ont profondément marqué la conscience collective dans le monde entier le 11 septembre 2001.

L’expérience collective a été, à cette occasion, si profonde et si traumatisante qu’aucune force assez puissante et convaincante n’a pu émerger pour montrer que les Tours Jumelles n’ont pas été abattues par des pirates de l’air musulmans guidés par Oussama Ben Laden depuis l’Afghanistan.

Pourtant, les faiblesses et les contre-vérités du récit officiel ont été amplement exposées depuis plus d’une décennie, au travers d’articles et d’études à comités de lecture, comme le détaillent les Points de Consensus élaborés par les 23 membres du 9/11 Consensus Panel. [2]

D’ailleurs, les citoyens en sont conscients. Un sondage de 2011 montre que 42% des Canadiens pensent que le gouvernement US a intentionnellement caché au

public des informations sur les attentats du 11-Septembre.[3]

L’histoire des 19 pirates de l’air est vue de plus en plus comme une construction – et la « réalité » ainsi créée, comme une narration forcée.

S’il existe une force capable de renverser cette narration, c’est bien la formidable campagne ReThink911, qui rencontre un grand succès aux USA et au Canada, et qui s’étendra bientôt à la Grande-Bretagne et à d’autres pays.

La campagne ReThink911

L’organisation ReThink911 articule sa campagne autour du Talon d’Achille de la narrative officielle, à savoir, l’effondrement soudain, l’après-midi de ce même 11-Septembre, d’un immeuble de 47 étages à structure d’acier, le World Trade Center 7, ou Bâtiment 7, qui se trouvait à côté des Tours Jumelles.

De structure massive, la base du Bâtiment 7 avait la superficie d’un terrain de football. Et il n’avait été touché par aucun avion.

Il a fallu sept ans à l’institut américain NIST (National Institute of Standards & Technology) pour élaborer une simulation informatique supposée montrer comment cette énorme tour d’acier avait pu s’écrouler de façon symétrique, en six secondes et en maintenant sa ligne de toit parfaitement horizontale, simplement à cause d’ « incendies de bureaux ».

Un professeur de chimie nous a raconté, atterré, comment lorsqu’il a regardé une dizaine de fois l’effondrement sur YouTube, « ma mâchoire descendait de plus en plus..., depuis ce jour-là, je ne dors plus. »[4]

Le NIST a conclu qu’à un étage donné, une poutre surchauffée s’était étirée et détachée d’un pilier, amenant ainsi l’ensemble du bâtiment à tomber comme une pierre – et toutes les autres poutres à céder simultanément.[5]

C’est dans ce contexte qu’au mois de septembre 2013, ReThink911 a loué de grands panneaux publicitaires bleus et oranges dans les principales villes du Canada, des USA, d’Angleterre et d’Australie.



Cela incluait un énorme panneau haut de cinq étages[6] sur Times Square, dans la ville de New York, qui est resté en place aux mois de septembre et octobre, et qui a été vu par des millions de personnes. Un panneau analogue a été posé à Dundas Square, à Toronto.[7]

Inutile de dire que les médias ne pouvaient pas ignorer un « éléphant dans un magasin de porcelaine » de cette taille, trônant sous les fenêtres du New York Times.

Comment les médias ont-ils réagi à cette situation ?

Tout d’abord, il est important de se dire que la survie de la vérité dans une démocratie dépend de l’issue de la guerre de l’information qui est largement basée sur des opérations psychologiques et sur la propagande.

En ce qui concerne la vérité sur le 11/9, l’évolution du récit qu’en font les médias privés peut se résumer à la fameuse phrase de Gandhi : « D’abord il vous ignorent, ensuite ils se moquent de vous, puis ils vous combattent, et enfin vous gagnez. »

En 2010, au moment de ma précédente revue de presse, les médias grand public commençaient à s’intéresser aux recherches menées par la communauté du Mouvement sur le 11/9.

À l’automne 2013, la nouvelle campagne ReThink911 a attiré une attention considérable de la part de journaux comme le New York Times, le Time Magazine, BBC Magazine ou encore l’Ottawa Citizen.

La plupart de ces 20 articles emploient un ton neutre, et seuls quelques-uns essaient de ridiculiser ou de s’opposer à cette campagne.

I . La ville de New York

Le 15 octobre 2013, le journal populaire de New York, Village Voice a publié un long article sur les panneaux publicitaires de ReThink911 à Boston, Washington D.C., Chicago, Dallas, San Diego, San Francisco, Toronto, Ottawa, Vancouver, Sydney, et Londres – avec au centre de tous, celui de Times Square -, ajoutant que :

« Les architectes et Ingénieurs pour la Vérité sur le 11/9 dénoncent la malhonnêteté du rapport du NIST et affirment que la vérité n’a pas encore été dévoilée. »[8]



Affiche de 16 mètres de haut à Times Square vue chaque jour par un million de personnes pendant 2 mois

Village Voice donne ensuite une description assez complète de la campagne médiatique ReThink911, et publie en annexe les quelque 200 emails qu’il a reçus, avec comme message final « Merci à tous pour vos contributions. » (L’article a

également attiré 79 commentaires.)

Comparons cela avec l'article décousu paru dans Libertarian Republic qui tente de débunker ce qu'il appelle les « théories du complot » tenaces. (Ce terme de « théorie du complot » est un moyen bien connu d'empêcher toute réflexion sur un sujet donné – « Thought-stopper » en anglais).

Il regorge d'éléments superficiels et obsolètes (à comparer, par exemple, aux nouvelles preuves apportées par les recherches du 9/11 Consensus Panel[10]) et se contente de spéculer sur ce qui peut bien motiver les chercheurs du 11/9.

On comprend pourquoi il n'a reçu qu'un seul commentaire.

Cela dit, cet article a été publié par un grand journal conservateur, et étant donné que l'auteur a dû travailler d'arrache-pied pour contrecarrer la campagne ReThink911, et que l'éditeur lui a donné autant de place, on peut le ranger dans la 3e catégorie de Gandhi : « Ensuite ils vous combattent » (qui est la dernière étape avant que la vérité ne gagne).

Le Time Magazine a, quant à lui, publié un article objectif (le jour de l'anniversaire, le 11 septembre 2013) à propos du principal porte-parole de la campagne ReThink911, l'architecte Richard Gage :

« En 2006, Richard Gage, un architecte basé à San Francisco, a fondé l'association Architectes et Ingénieurs pour la vérité sur le 11/9, qui met en doute le fait que le Bâtiment 7 du WTC se soit effondré à cause des incendies. M. Gage et d'autres architectes et ingénieurs expliquent que le WTC-7 s'est écroulé à la vitesse de la chute libre, et que cela n'a pu être réalisé qu'à l'aide d'une démolition délibérée par explosifs. Plus de 2000 architectes et ingénieurs ont signé sa pétition appelant à une nouvelle enquête sur l'effondrement de cette tour.[11]

Le Time Magazine tente toutefois de marginaliser le soutien du public pour l'hypothèse de la démolition contrôlée, en citant un sondage de la BBC datant de 2011, qui veut que 15 % des Américains croient que le gouvernement est impliqué.[12]

Notez qu'en septembre 2006, on pouvait lire dans ce même Time :

« Un sondage de Scripps-Howard mené le mois dernier et portant sur 1010 adultes indique que 36 % des Américains considèrent comme 'très probable' ou 'assez probable' que des membres du gouvernement [des USA] aient, soit permis aux attentats d'être menés à bien, ou bien les aient organisés eux-mêmes. 36 %, cela représente beaucoup de monde. Nous ne sommes plus devant un phénomène marginal, mais devant une réalité politique de grande ampleur. »[13]

Le New York Times a lui aussi, en ce jour anniversaire du 11 septembre 2013, parlé sur un ton neutre d'un « groupe connu sous le nom d'Architectes et Ingénieurs pour la vérité sur le 11/9 [qui] veut une nouvelle enquête sur les événements de ce jour-là, et [qui] a acheté des emplacements publicitaires à New York et dans d'autres grandes villes, dans le cadre d'une campagne intitulée ReThink911 », et il a également mentionné le lien vers le site Web de la campagne ReThink911.org.[14]



Et en janvier 2014, Village Voice publiait un nouvel article sur l'acteur Austin Farwell (« The Long Ride Home ») qui disait :

« J'espère, et je prie chaque jour, pour que nous, en tant que nation, reconnaissons les éléments factuels prouvant que le Bâtiment 7 a été abattu par démolition contrôlée. Nous autres, qui avons mis sur pied ReThink911, tout comme l'ensemble des Architectes et Ingénieurs pour la vérité sur le 11/9, poursuivons sans relâche nos recherches et nos publications à comité de lecture sur comment et pourquoi le WTC-7 (la 3e tour du WTC qui est tombée à la vitesse de la chute libre le 11 septembre 2001) s'est effondré de cette façon. Notre vœu pour cette nouvelle année est que le peuple américain ait droit à une véritable enquête impartiale sur les événements du 11-Septembre. »[15]

En résumé : douze ans après les événements, les médias de New York se sont faits purement factuels – plutôt que dédaigneux et méprisants – dans leur façon de décrire le travail d'un groupe de professionnels appelant à une nouvelle enquête sur le 11/9.

Ce passage du mode « on ignore » et « on ridiculise » [à celui purement factuel] montre un énorme changement dans les médias, sur l'idée que des éléments au sein même de l'administration américaine aient pu d'une manière ou d'une autre se rendre complice des attentats du 11-Septembre.

II. « Ensuite ils vous combattent »

Toutefois, trois autres articles versent quant à eux, soit dans le sensationnel, soit dans la condescendance lorsqu'ils évoquent les éléments avancés par ReThink911.

Le Dallas Observer, qualifiant la ville de Dallas comme « la cité de la haine », écrit au beau milieu de son article : « Nous nous excusons par avance pour ce texte en particulier, »[16] avant de traiter les doutes sur Pearl Harbor, JFK et le 11/9 comme des théories du complot (thought-stopping).

Le Dallas Observer a cependant effectué un certain travail – assez en tout cas pour citer un article académique qui évoque des arguments contre une étude co-écrite par neuf auteurs et ayant passé un comité de lecture [17], qui avait trouvé de la nanothermite, un incendiaire/explosif, dans les poussières du WTC.

La volonté affichée d'argumenter et d'évaluer ces éléments dans un journal mainstream est un signe encourageant qui montre que le débat public n'est plus tabou.

Et d’ailleurs cet article a suscité une rude bataille, comme le montrent les 269 commentaires. Le plus récent disait : « Je ne vais pas commencer à spéculer sur les motivations derrière cet article biaisé, mais il représente l’inverse d’une étude objective et attentive des éléments de preuve. »[18]

L’éditorial du Huffington Post Canada intitulé « Les publicités concernant le 11/9 sur les autobus d’Ottawa et le panneau publicitaire à Ottawa provoquent l’indignation » a généré 377 commentaires.

Bien que l’article parle de « l’organisation bien connue des Architectes et Ingénieurs pour la vérité sur le 11/9 », il se focalise essentiellement sur « l’immense indignation » et « l’irrespectueuse » et « écoeurante » idée que le gouvernement US ait pu être complice de ces attentats.[19]

C’est ce genre de bêtise superficielle et éculée (insultante et infantilissante pour un public par ailleurs très averti) qui est utilisé dans le combat (contre la vérité du peuple) dont parle Gandhi.

Lorsque ReThink911 a acheté 100 panneaux publicitaires à la société Transit System de la baie de San Francisco, le journal San Francisco Weekly s’est concentré sur l’angle publicitaire.[20]

Après avoir choisi un titre particulièrement sarcastique et décrit les publicités comme de « courageuses formes d’évangélisme, » l’article a néanmoins traité, même rapidement, du débat entre le NIST et les architectes et ingénieurs de AE911Truth.org au sujet de la démolition contrôlée.

Les quatre commentaires étaient en faveur de la campagne ReThink911.

Il semble que désormais, lorsque les médias dénigrent le scepticisme sur le 11/9, la bataille s’engage immédiatement.

III. Les médias canadiens : 1. Ottawa

« Les publicités au Canada ont déclenché davantage de débats publics que partout ailleurs, » faisait noter le responsable de la campagne, Ted Walter, à BBC News Magazine.[21]

Pour la seule ville d’Ottawa, six journaux ont parlé de la controverse au sujet de la décision d’OC Transpo d’autoriser les publicités « tape-à-l’oeil » de ReThink911 sur les 300 autobus de la ville, en ce mois de septembre 2013.[22]

Le premier article, paru dans l’Ottawa Citizen, était plutôt neutre et équilibré :

Saviez-vous qu’une 3e tour s’était effondrée le 11/9 ?

La question est bien visible sur les 300 bus d’OC Transpo cette semaine. Cela fait partie d’une grande campagne visant à remettre en cause la version officielle des attentats du 11 septembre 2001 à Manhattan.

L’organisation new-yorkaise « Architectes et Ingénieurs pour la vérité sur le 11/9 » tente de rallier l’opinion publique pour demander une nouvelle enquête officielle sur la façon dont les tours du World Trade Center et leur voisine, la Tour numéro 7, ont en réalité été abattues par des « forces de l’ombre » américaines, au moyen de démolitions contrôlées.

Bien que ce groupe fasse très attention de n’accuser personne en particulier, cela implique que des éléments proches de l’ancienne administration du président George W. Bush ont eu besoin de fabriquer un prétexte suffisant pour justifier l’attaque militaire [déjà] planifiée contre l’Afghanistan et l’Irak.[23]

Le Sun News a également rapporté la position de l’organisation AE911Truth.org sur les effondrements du WTC, et a cité le commentaire du maire Jim Watson : « Je ne suis pas d’accord avec ce qu’avance le Mouvement pour la vérité sur le 11/9, bien évidemment. Je pense que c’est très irrespectueux..., mais dans ce pays nous sommes attachés à la liberté d’expression, et il se trouve qu’ils ont respecté les standards (publicitaires) et qu’ils ont été autorisés sur les bus. »[24]

Un éditorial du Ottawa Citizen se positionne encore plus franchement en faveur de la liberté d’expression, en prenant la défense du droit de ReThink911 à faire part publiquement de son point de vue :

« Les publicités en question sont le travail de gens qui questionnent la version officielle de ce qui s’est passé au World Trade Center. Ce groupe, qui inclut l’association new-yorkaise des Architectes et ingénieurs pour la vérité sur le 11/9, a affiché ses publicités dans les villes d’Amérique du Nord, dont Ottawa, pour faire valoir ses arguments. Les « sceptiques du 11/9 » pensent qu’il existe des preuves factuelles accablantes qui montrent que ces tours n’ont pas été détruites par le feu, comme le soutiennent les récits officiels. Ces gens avancent l’idée que des explosifs militaires très sophistiqués et des moyens camouflés de démolition contrôlée ont affaibli structurellement les bâtiments avant que les avions ne les frappent. Ils ont le droit d’avoir leur opinion, et s’ils veulent la faire connaître, ils en ont aussi le droit.[25]

Un sondage effectué par 1310News demandait : « Les publicités de ‘ReThink911’ doivent-elles être autorisées sur les bus d’OC Transpo ? ». 91,5 % ont répondu « oui » et 8,5 % « non ». [26]

En décembre 2013, les publicités ont repris, et la position d’OC Transpo a de nouveau fait la une des journaux.

Le Blog du Ottawa Citizen City Hall suggère que les pressions des conseillers municipaux étaient tout sauf une coïncidence :

« L’un des spectacles les plus étranges mercredi lors de la réunion de la commission des transports de la ville fut de voir les conseillers insister sur le fait que la vérification qu’ils avaient demandée sur la politique d’acceptation des publicités d’OC Transpo n’avait absolument rien à voir avec la campagne de publicité achetée par les ‘truthers’, qui coïncidait avec l’anniversaire des attentats terroristes (ou, si l’on peut s’autoriser à envisager l’hypothèse, de faux attentats terroristes) cette année.

« Keith Egli tenta de se justifier ainsi : « Cela ne concerne pas une campagne en particulier, » expliqua-t-il, « il s’agit simplement de s’assurer que la commission des transports procède aux vérifications préalables, puisque c’est une entité récente, et d’être sûrs que ses critères tiennent debout. » Shad Qadri et Diane Deans fournirent également des explications du même genre, bien que moins définitives. “Ils font juste leur job de responsables. L’histoire du 11/9 ? Aucun lien.”

Pourtant, Dean est la personne qui avait [demandé une vérification de la politique publicitaire précisément en réponse à la campagne des ‘truthers’ du 11/9.](#) »[27]

Le débat public se poursuit sur le City Hall Blog, montrant clairement que le problème se résumait à la question de la liberté de parole versus la partialité patente. Une avocate de la ville donna son avis : lorsque “Rainer Bloess demanda [à cette avocate] s’il existait des indices montrant que la ville avait violé une quelconque loi ou avait enfreint la jurisprudence, sa réponse fut ‘Non’.” [28]

Le MetroNews Ottawa publia lui aussi un article plutôt équilibré, citant Isabelle Beenan, une porte-parole du Mouvement pour la vérité sur le 11/9 :

« L'objectif de ReThink911 est de diffuser cette information le plus largement possible en affichant ces publicités dans de nombreuses villes du monde entier, et en encourageant le public à regarder par eux-mêmes ces éléments, » explique-t-elle.

« Est-ce qu'une telle campagne devrait être bloquée du fait que certains dans notre société se sentent mal à l'aise avec les implications d'une démolition contrôlée de ces bâtiments ? La charte canadienne des droits et de la liberté dit clairement 'non'. »[29]

metro 04 NEWS

More 9/11 'truther' ads to hit buses

Free Speech? City review of ad rules not about limiting free speech, Transit chair insists

THEY'VE GREENWAY
@metronews.ca

Ottawa residents can expect to see more 9/11 "truther" ads splashed across the sides of OC Transpo buses, as the group behind the ReThink 9/11 campaign announced Wednesday that a second round of advertising will hit Ottawa buses starting this December.

The city's Transit Commission is currently reviewing its advertising campaign policies after ads like the 9/11 Truth campaign and other controversial ads have raised questions about the appropriateness of advertisements on city property.

Architects and Engineers for 9/11 Truth spokesperson Isabelle Beauséjour (the group sponsoring the ads) told Ottawa city Transit Commission members that their ads are in line with the Canadian freedom of speech laws and stopping them would be a violation.

"The goal of rethink 9/11 is to make this information widely known by running advertisements in cities around the world, encouraging the public to look at evidence and decide for themselves," she said.

"Should such an activity be blocked because some in our society are uncomfortable about the implications about this building being brought down by controlled demolition?" Isabelle Beauséjour, Architects and Engineers for 9/11 Truth spokesperson

She explained that the new ad campaign, beginning the first week of December, will feature a new question that will be printed on the back of a dozens of buses in Ottawa and hundreds of subway cars in Toronto. The question: "Have you seen the video of World Trade Center 7's collapse?"

Commission Chair Diane Deans said it wasn't just the 9/11 truth ads that raised questions about the city's ad policies, but other campaigns, notably an atheist campaign in 2009. She said the campaign was designed for university-aged audiences, but other people saw them.

"One of the advertising standards points to age appropriateness for advertising on our buses and I just wondered how we determine the age appropriateness of an ad campaign like that," she said.

A photograph of what the new ReThink 9/11 ads will look like. (courtesy rethink911)

Article du [MetroNews Ottawa](http://www.metronews.ca)

Cet article a reçu 185 commentaires (en général les commentaires sont modérés sur les sites de journaux en ligne), le plus récent étant :

« Je suis heureux que *quelqu'un* informe le public sur l'effondrement du Bâtiment 7... ce que les médias mainstream ne font certainement pas ! N'hésitez pas à aller voir et à juger par vous-même ; ne vous fiez pas à ce que les gens disent à ce sujet. Vous allez sûrement être surpris par la force des indices prouvant que cette tour a été abattue par démolition contrôlée, dont l'indice de la chute libre. »[30]

Résumant bien la controverse, l'Ottawa Sun écrit : « Même si cela est difficile, voire apparemment impossible à faire, il serait bien mieux de voir les points de vue personnels des conseillers [municipaux] laissés de côté quand il s'agit de définir les politiques publicitaires de la ville. »[31]

La couverture médiatique de la campagne ReThink911 à Ottawa montre qu'au sein du peuple canadien, l'idée d'une complicité US dans les attentats du 11/9 est passée d'« impensable » à « sujette à débat ».

IV. Les médias canadiens : 2. CBC, Toronto Star

Le 11 septembre 2013, les grands médias publics canadiens ont parlé de la campagne ReThink911 à Ottawa, à la télévision comme dans les journaux.

La CBC TV News d'Ottawa a expliqué que l'organisation [ReThink911] pensait que les Tours du World Trade Center étaient tombées « non pas à cause des avions, mais à l'aide d'explosions contrôlées. »[32]

L'émission de CBC citait une lettre parue sur le site Web de ReThink911 à propos des craintes que le questionnement du 11/9 constitue un manque d'égards et de considération pour les familles de victimes :

« Le groupement ReThink911 inclut des membres de familles de victimes du 11/9 qui ne veulent rien d’autre qu’un récit précis et impartial sur la mort de leurs êtres chers. »[33]

De fait, c’est un groupe de familles de victimes du 11/9 qui a organisé la conférence de presse à Capitole Hill ce 12 mars 2014, accompagné de sept membres du Congrès US, pour demander au Congrès de publier les 28 pages étrangement classifiées du Rapport du Congrès de 2002 qui sont toujours secrètes après 12 ans.[34]

Le plus grand journal canadien, le Toronto Star, a couvert l’affaire de ReThink911 [en interrogeant les gens] dans les rues de Toronto, relevant des commentaires comme « Comment ces Tours se sont effondrées ? En fait, c’était une démolition contrôlée. »

Un jeune homme a lancé : « Une fois que vous avez vu les preuves – les gens ne veulent même pas consacrer les quelques heures qui suffisent à s’en convaincre », ajoutant que même sa mère, après avoir assisté à une conférence à Hamilton, était maintenant convaincue. « Nous ne sommes pas des théoriciens du complot. Nous ne savons pas qui sont les conspirateurs. »

Quant à l’immense panneau à Dundas Square, le Toronto Star cite la réponse d’un étudiant à la question posée par la pub « Saviez vous qu’une troisième tour était tombée le 11/9 ? » :

« Ils n’essaient pas de vous vendre quoi que ce soit, c’est juste une question, et ils vous donnent l’opportunité d’y répondre. »

V. Londres (UK), BBC News Magazine, le 16 décembre 2013

La couverture par la BBC est subtilement malhonnête, en annonçant la campagne ReThink911, mais en s’écartant immédiatement des faits eux-mêmes pour se concentrer sur la question de savoir si les Canadiens ont tendance à se méfier des autorités US.[35] Et en s’intéressant davantage à la “perception” qu’aux éléments de preuve. Par exemple, la BBC explique que le physicien nucléaire Franck Greening avait été intrigué par ces effondrements et qu’il avait mené ses propres recherches, s’associant en 2008 avec un autre chercheur pour l’écriture d’un article concluant que les allégations de démolitions contrôlées n’étaient pas fondées.

Mais il avait ensuite entendu parler des résidus d’explosifs retrouvés dans les poussières du WTC, et avait invité son co-auteur à s’y intéresser. Greening avait été navré de se voir répondre, « Écoute Frank, le but de ce papier était de mettre les ‘truthers’ au silence. Je considère que la mission est accomplie. »

Désormais, Greening n’est plus très sûr : « Ma motivation n’était pas de faire taire qui que ce soit, mais de trouver la vérité, » expliqua-t-il. « Si j’accède un jour au Paradis, ma première question sera : ‘OK, dites-moi ce qui s’est réellement passé ce jour-là.’ »[36]

Des informations récentes pourraient bien aider Greening à se faire une opinion. Les simulations du NIST montrant que le Bâtiment 7 s’est effondré uniquement à cause des incendies n’incluaient pas des pièces essentielles de la structure du bâtiment, qui auraient dû rendre son effondrement impossible.[37]

Le diable se cache dans les détails, comme on dit.

Et Richard Gage présentera ces détails durant sa tournée canadienne, du 13 mars au 1er avril.[38]

Si les médias commencent véritablement à s’intéresser à ces détails plutôt qu’aux “perceptions”, il va certainement y avoir une nouvelle enquête et surtout, une sacrée bataille.

« Et enfin vous gagnez. »

Elizabeth Woodworth



[The 9/11 Attacks, “Keeping the Lid on the Lie”: Media Response to the Growing Influence of the 9/11 Truth Movement](#), GlobalResearch, publié le 12 mars 2014

Traduit par GV pour [ReOpenNews](#). Illustrations ajoutées par la rédaction.

Notes :

[1] Elizabeth Woodworth, “The Media Response to the Growing Influence of the 9/11 Truth Movement: Part II: A Survey of Attitude Change in 2009-2010,” [Global Research](#), 15 février 2010.

[2] Le [9/11 Consensus Panel](#), “Références bibliographiques d’ouvrages ou d’articles contredisant la version officielle sur le 11-Septembre.”. Les “Points de Consensus”, développés par plus de 20 chercheurs à l’aide d’une méthodologie employée dans le monde médical, peuvent être consultés [ici](#).

[3] Benjamin Shingler, “Many Canadians unsure they’ve been told everything about 9/11: poll,” [The Toronto Star](#), 10 septembre 2011.

[4] Dr. Niels Harrit, Professeur émérite de Chimie à l’Université de Copenhague, après avoir visionné la vidéo.

[5] [Pepper, William F.](#), “The NIST Report on the Collapse of WTC Building 7 Challenged by 2100 Architects and Engineers.” Soumis au Département Us du Commerce, Bureau du procureur, 21 décembre 2013.

[6] [PRWeb](#)

[7] [Rethink911.org](#)

[8] Anna Merlan, “Times Square Billboard Calls for “Independent Investigation” of 9-11—and the People Speak,” [Village Voice](#), 15 octobre 2013.

[9] Austin Petersen, “False rumors still persist about ‘9/11 truth,’” [The Libertarian Republic](#), 11 septembre 2013.

[10] Voir [les points de consensus](#)

[11] [Nate Rawlings](#), “Sept. 11 ‘Truthers’ Mark Anniversary: With a billboard in Times Square and a global ad campaign, a group keeps questioning what happened twelve years ago,” 11 septembre 2013.

[12] Le sondage a été commandé par Mike Rudin, producteur des émissions de la BBC “Conspiracy Files,” qui tente depuis longtemps de discréditer toute nouvelle information émergeant au sujet du 11-Septembre. Voir sur la [BBC](#), “9/11 conspiracy theories,” 29 août 2011.

[13] Lev Grossman, “Why the Conspiracy Theories Won’t Go Away,” [Time Magazine](#), 3 septembre 2006.

[14] Stuart Elliott, “12 Years Later, Americans Are Asked to ‘Take a Day’ for

9/11,” [New York Times](#), 9 septembre 2013.

[15] Raillan Brooks, “If You Could Make One Change in NYC in 2014, What Would You Do?,” [Village Voice](#), 1er janvier 2014.

[16] Brantley Hargrove, “Dallas Gets Its Very Own Truther Billboard on Stemmons Freeway,” [Dallas Observer](#), 25 septembre 2013.

[17] Niels H. Harrit, et al., “Active Thermite Material Discovered in Dust from the 9/11 World Trade Center Catastrophe.” [The Open Chemical Physics Journal](#), Vol. 2 (3 avril 2009), pp. 7-31.

[18] Ibid.

[19] “9/11 Conspiracy Ad On Ottawa Buses And Toronto Billboard Sparks Outrage,” [Huffington Post Canada](#), 12 septembre 2013.

[20] Rachel Swan, “Truther in Advertising: 9/11 Conspiracists Decide Commuters are Ready to Learn a Terrible Secret,” [San Francisco Weekly](#), 25 septembre 2013.

[21] Tara McKelvey, “Canadians wary of 9/11 explanations – and of US officials,” [BBC News Magazine](#), 16 décembre 2013.

[22] Cette liste de référence débute avec le premier article dans l’ordre chronologique, et inclut ceux parus dans les journaux d’Ottawa :

Ian Macleod, “Ads questioning truth of 9/11 appear on OC Transpo buses,” [Ottawa Citizen](#), 12 septembre 2013.

Jon Willing, “Free speech protects ‘disrespectful’ 9/11 conspiracy bus ads: Ottawa mayor,” [Sun News](#), 12 septembre 2013.

[Ottawa Citizen](#), Editorial: “OC Transpo should err on the side of free speech,” 14 septembre 2013.

Par David Reevly, “Fresh 9/11 ads coming to OC Transpo buses amid review of advertising policy,” [Ottawa Citizen](#), 20 novembre 2013.

Susan Sherring, “OC Transpo bus ads draw attention,” [Ottawa Sun](#), 20 novembre 2013.

Trevor Greenway, “More 9/11 ‘truther’ ads to hit Ottawa buses,” [Metro News Ottawa](#), 21 novembre 2013.

“OC Transpo’s advertising-policy review is all about the 9/11 truthers,” [Ottawa Citizen](#), City Hall Blog, 21 novembre 2013.

[23] Ian Macleod, “Ads questioning truth of 9/11 appear on OC Transpo buses,” [Ottawa Citizen](#), 12 septembre 2013.

[24] Jon Willing, “Free speech protects ‘disrespectful’ 9/11 conspiracy bus ads: Ottawa mayor,” [Sun News](#), 12 septembre 2013.

[25] [Ottawa Citizen](#), Editorial. “OC Transpo should err on the side of free speech,” 14 septembre 2013.

[26] [1310News](#), “Controversial 9/11 ads spark call for review of OC Transpo ad policies,” 12 septembre 2013.

[27] “OC Transpo’s advertising-policy review is all about the 9/11 truthers,” [Ottawa Citizen](#), City Hall Blog, 21 novembre 2013. Il est intéressant de noter que cet article où Deans appelle à une revue [des politiques publicitaires] (et dont le lien est ci-dessus) a disparu d’Internet, et n’est pas non plus accessible sur les sites d’archive. Le lien était [celui-ci](#).

[28] Ibid.

[29] Trevor Greenway, “More 9/11 ‘truthier’ ads to hit Ottawa buses,” [Metro News Ottawa](#), 21 novembre 2013.

[30] Ibid.

[31] Susan Sherring, “OC Transpo bus ads draw attention,” [Ottawa Sun](#), 20 novembre 2013.

[32] [YouTube](#), cbc – 9/11 conspiracy ads appear on busses.

[33] [CBC News](#), “Group behind 9/11 bus ad responds to criticism,” 11 septembre 2013.

[34] Paul Sperry, “Victims’ families: Release secret ‘Saudi’ 9/11 report,” [New York Post](#), 8 mars 2014.

[35] Tara McKelvey, “Canadians wary of 9/11 explanations – and of US officials,” [BBC News Magazine](#), 16 décembre 2013.

[36] Ibid.

[37] [William Pepper](#), “The NIST Report On the Collapse of WTC Building 7 Challenged by 2,100 Architects and Engineers,” janvier 2014. La tromperie est un scénario possible et l’affaire est entre les mains de l’avocat William Pepper représentant les Architectes et Ingénieurs pour la Vérité sur le 11/9.

[38] Pour plus d’informations, consultez [rethink911.ca](#)

[Le site du 9/11 Consensus Panel](#), fondé par Elizabeth Woodworth et David Ray Griffin

CONSENSUS 9/11:

THE 9/11 BEST EVIDENCE PANEL



Copyright © 2014 Global Research