

Comment Lockheed Martin, Raytheon & BAE Systems endoctrinent les enfants pour les inciter à soutenir la guerre

Par Alan MacLeod



Raytheon parraine les Girl Scouts of America. BAE Systems lit à vos tout-petits leurs contes de fées préférés. Et Lockheed Martin finance des festivals de mathématiques et de sciences, technologies, ingénierie et mathématiques (STIM) destinés aux enfants. Tout cela se fait en grande pompe, soi-disant pour autonomiser et inspirer les enfants à poursuivre leur passion pour les sciences. En réalité, cependant, ces entreprises tentent de redorer leur image et de recruter la prochaine génération pour en faire des rouages du complexe militaro-industriel.

Pendant ce temps, les produits de ces organisations sont utilisés partout dans le monde par les États-Unis et Israël pour commettre des crimes de guerre – en Iran, au Yémen, en Palestine et ailleurs – et pour prendre des enfants pour cibles.

MintPress explore le monde trouble des entreprises d'armement qui entraînent des enfants à bombarder d'autres enfants.

Quand la plupart des Américains pensent à Raytheon (désormais officiellement rebaptisée RTX Corporation), ils ne songent pas aux roquettes ni aux missiles de croisière. Ils pensent d'abord aux mathématiques. Depuis des décennies, le deuxième plus grand fabricant d'armes de la planète finance un large éventail de programmes pour susciter l'intérêt des enfants pour les STIM.

Depuis 2009, Raytheon est le sponsor principal de MATHCOUNTS, une organisation à but non lucratif qui propose des programmes de mathématiques attrayants aux collégiens de tous les États américains, tout en organisant des concours de mathématiques pour repérer les enfants les plus brillants du pays.

En 2005, Raytheon a lancé son programme [MathMovesU](#), visant, selon ses propres termes,

“à inspirer les collégiens et à leur transmettre la passion des mathématiques et des sciences”.

Outre le matériel fourni, l'entreprise a également consacré des millions à des bourses d'études, des subventions et des récompenses académiques destinées à des milliers d'élèves, d'enseignants et de bénévoles.

Et son exposition itinérante MathAlive! [promet](#), dans un langage marketing quelque peu dépassé, de pousser les mathématiques “2theXtreme”. MathAlive! s’est également rendue dans plusieurs pays d’Asie occidentale, notamment au Qatar, au Koweït, aux Émirats arabes unis et en Arabie saoudite – autant de gros acheteurs de technologies d’armement de Raytheon.

L’entreprise entretient également un partenariat de longue date avec les Girl Scouts of the United States of America (GSUSA). En 2017, par exemple, elle a lancé le premier programme national d’informatique et le premier défi cyber de la GSUSA destiné aux collégiennes et lycéennes.

“Les progrès vers la diversification de la main-d’œuvre dans les domaines des sciences, de la technologie, de l’ingénierie et des mathématiques (STIM) doivent être accélérés... À l’heure où la technologie révolutionne notre façon de vivre et de travailler, nous pouvons – et devons – montrer aux jeunes femmes comment jouer un rôle actif dans cette transformation”, [a déclaré](#) Thomas A. Kennedy, alors PDG de Raytheon. “En travaillant ensemble, Raytheon et les Girl Scouts aideront les jeunes filles à prendre confiance en elles pour se projeter dans des métiers d’ingénieures en robotique, de chercheuses en données et de professionnelles de la cybersécurité, qui leur permettront de contribuer à un avenir meilleur”.

Raytheon a également été le fer de lance du projet “Think Like a Programmer” (Penser comme une programmeuse) de la GSUSA, qui encourage les jeunes filles à explorer le monde de l’intelligence artificielle et de la cybersécurité, et [a développé](#) bon nombre des badges de programmation proposés aux éclaireuses.

La GSUSA semble fière de ce partenariat. Son site web présente le parcours d’une ancienne scout qui travaille désormais chez Raytheon comme une réussite et un modèle à suivre. L’article [comprend](#) un guide étape par étape et une liste de conseils pour celles qui souhaitent suivre son exemple.

Sans surprise, Raytheon travaille également en étroite collaboration avec l’armée américaine sur ces questions, [en créant](#) quatre nouveaux “centres d’innovation” STIM avec les Boys & Girls Clubs of America dans le Michigan, l’Oklahoma, le Colorado et à Washington, D.C., tous situés à proximité de bases militaires.

Si certains s’étonnent de cette proximité entre une organisation pour enfants et un fabricant d’armes, rappelons que le mouvement scout a été à l’origine [fondé](#) par le lieutenant-général Robert Baden-Powell, comme étape vers l’engagement des garçons dans l’armée. Baden-Powell était profondément [préoccupé](#) par les capacités physiques limitées des garçons anglais, qui ne seraient pas suffisamment entraînés pour se battre pour leur pays lors d’éventuelles futures guerres, et il a conçu une organisation destinée à les former tant physiquement que mentalement à cette fin.

Kirsten Bayes, de la Campaign Against the Arms Trade, n’a pas été convaincue par les tentatives de Raytheon d’améliorer son image et de former la prochaine génération de fabricants d’armes.

“Nous estimons que les entreprises d’armement n’ont pas leur place dans les écoles ou les établissements d’enseignement supérieur, et ne doivent en aucun cas collaborer avec des associations caritatives éducatives pour enfants”, a-t-elle déclaré à MintPress, avant d’ajouter :

“Les écoles et autres lieux consacrés à l’éducation devraient être des espaces où les enfants apprennent, grandissent et développent pleinement leur potentiel. Ils ne doivent pas devenir des réservoirs de talents pour les entreprises d’armement qui cherchent à blanchir leurs activités”.

Mais Raytheon est loin d’être le seul géant de l’armement à cibler directement les enfants américains. Lockheed Martin organise [CYBERQUEST](#), un concours annuel destiné aux lycéens

qui encourage les jeunes à se lancer dans des carrières dans le renseignement et la cybersécurité. L'édition 2026 s'est déroulée dans 11 villes à travers le pays, ainsi qu'en ligne dans le monde entier. Le géant de l'armement [propose](#) des stages dans les lycées, conçus pour orienter rapidement les jeunes esprits les plus brillants des États-Unis vers des carrières dans le secteur de la défense. Chaque année, Lockheed Martin recrute des milliers de jeunes stagiaires et [affirme](#) que 60 % de ces candidats obtiennent ensuite un emploi rémunéré au sein de l'entreprise.

L'entreprise [parraine](#) également des journées "Young Minds at Work", au cours desquelles elle met en place des expériences pratiques pour les enfants, notamment des expériences avec des fusées artisanales et bien d'autres activités.

Les universités constituent un terrain de recrutement essentiel. L'entreprise consacre des sommes colossales à attirer les meilleurs talents, notamment en organisant la "Journée Lockheed Martin" dans plus d'une douzaine d'établissements d'enseignement supérieur à travers le pays, où les recruteurs de l'entreprise sont autorisés à se rendre sur les campus pour émerveiller les étudiants avec des expositions de réalité virtuelle, des simulateurs de vol, voire des hélicoptères atterrissant directement sur les pelouses des campus.

Lockheed Martin a conclu des partenariats avec plusieurs grandes universités. Un [don](#) de 1,5 million de dollars à l'université du Texas à Arlington, par exemple, a conduit au changement de nom de l'un de ses bâtiments, désormais baptisé "Lockheed Martin Career Development Center".

L'entreprise vante sa réputation d'espace sûr pour les [femmes](#) et les employés [LGBT](#), et figure régulièrement parmi les meilleurs employeurs en matière d'inclusion. L'une des femmes dont l'entreprise elle-même [présente le portrait](#) est Haley, qui, petite fille, rêvait de devenir inventrice.

"Enfant", écrivent-ils, "Haley ne se séparait jamais d'un cahier dans lequel elle esquissait ses idées et ses inventions. Sur la couverture, elle avait griffonné : "La façon de Haley d'améliorer la vie". Sa meilleure idée ? Un sapin de Noël auto-pliable, astucieusement baptisé "Merry, Bright and Boxed" (Joyeux, lumineux et emballé), destiné à rendre le rangement après les fêtes plus efficace".

Aujourd'hui, cette enfant qui rêvait de rendre le monde meilleur est ingénieure en missiles et en contrôle de tir chez Lockheed Martin, où elle développe des armes capables de tuer efficacement des personnes partout sur la planète.

Boeing a également développé un certain nombre de projets destinés aux jeunes enfants. Son [programme](#) "Engineering is Elementary" s'adresse aux élèves de maternelle, du primaire et du collège et, à l'instar de ceux de Raytheon et de Lockheed Martin, vise à orienter les jeunes esprits vers une carrière dans la fabrication d'armes.

"Boeing mène une action communautaire stratégique visant à améliorer l'efficacité des enseignants en mathématiques et en sciences et à attirer davantage d'élèves vers des carrières liées aux STIM",

a [déclaré](#) un représentant de l'entreprise, ajoutant :

"Engineering is Elementary permet aux enseignants et aux élèves de mieux comprendre l'ingénierie, et ce de manière ludique et interactive. Notre objectif est d'éveiller l'intérêt des élèves pour l'ingénierie dès leur plus jeune âge et d'augmenter le nombre de scientifiques et d'ingénieurs".

Le constructeur aérospatial BAE Systems, quant à lui, va encore plus loin. Ce géant londonien qui produit des avions à réaction, des missiles, des obusiers et des navires de guerre, a publié une [série](#) de vidéos insolites mettant en scène à la fois ses employés et des membres des forces armées britanniques lisant des contes classiques à des enfants. Parmi ceux-ci figurent Raiponce,

Jack et le haricot magique, Boucle d'or et les trois ours, Cendrillon, ainsi que Hansel et Gretel. Ces vidéos sont accompagnées de fiches d'activités destinées à aider les tout-petits à développer leurs capacités de résolution de problèmes.

La lecture d'histoires avant le coucher aux tout-petits ne constitue qu'une partie d'une stratégie plus large de BAE Systems afin, selon ses [propres termes](#),

“d'améliorer notre réputation d'entreprise tant au niveau local que national”.

Parmi les autres initiatives [figurent](#) l'organisation de tournées de présentation dans les écoles, de festivals de robotique, de stages scientifiques et de programmes de sensibilisation au sein des communautés locales, tous destinés aux enfants. Pendant la pandémie de COVID-19, l'entreprise est également intervenue pour fournir aux écoles du matériel pédagogique à son effigie destiné aux enfants dès l'âge de cinq ans.

M. Bayes s'est dit consterné par les agissements de l'entreprise, déclarant :

“Nous savons que BAE Systems affirme consacrer jusqu'à 100 millions de livres sterling [134 millions de dollars américains] par an à des activités éducatives. L'entreprise prétend que ses motivations sont d'ordre communautaire, mais nous dirions qu'il s'agit en réalité d'un volet de sa stratégie de recrutement : chercher à influencer les jeunes sans leur présenter toute la réalité de ce qu'est une entreprise d'armement, ni les conséquences qu'impliquerait de travailler pour elle”.

Même si ces entreprises s'efforcent de se présenter de manière neutre comme des entités scientifiques, la réalité montre que leur activité principale consiste à produire le matériel et l'armement que les États-Unis utilisent pour dominer le monde.

Au cours des douze derniers mois seulement, les États-Unis ont bombardé sept pays : l'Iran, l'Irak, le Nigeria, la Somalie, la Syrie, le Venezuela et le Yémen. Et ce sont des entreprises comme Raytheon et Lockheed Martin qui rendent possible ce type de violence planétaire.

Par exemple, le 28 février, les États-Unis ont lancé une [attaque](#) contre l'école de filles Shajareh Tayyebbeh à Minab, en Iran. Un missile de croisière Tomahawk – l'une des armes guidées les plus précises de la planète – a été tiré depuis un navire de guerre situé à proximité et a frappé de plein fouet le bâtiment, provoquant l'effondrement de l'école. Peu après, un deuxième missile a touché la cour de l'école, où se rassemblaient des survivants désespérés.

L'attaque a été minutieusement planifiée pour causer un maximum de dégâts à 10 h 45, un jour d'école. Au moins [156](#) personnes ont été tuées, pour la plupart des élèves de l'établissement, ce qui ne servait aucun objectif militaire et n'était situé à proximité d'aucune cible militaire. Plus de 100 autres personnes ont été blessées.

Cet événement a immédiatement été dénoncé comme un crime de guerre majeur. Mais le secrétaire à la Guerre, Pete Hegseth, a balayé ces accusations d'un revers de main, déclarant plus tard :

“Les seuls à devoir s'inquiéter en ce moment, ce sont les Iraniens qui croient qu'ils vont survivre”.

Le missile de croisière Tomahawk est produit par Raytheon, et les [sous-systèmes utilisés](#) lors de l'opération ont été fabriqués par une filiale de BAE Systems.

Washington utilise également sa suprématie en matière d'armement pour maintenir ses alliés au pouvoir. L'Arabie saoudite est de loin le premier client des États-Unis en matière d'armement, [achetant](#) pour des centaines de milliards de dollars d'armement de haute technologie, qu'elle utilise contre le Yémen et pour réprimer la dissidence intérieure.

Riyad a mené une [offensive](#) génocidaire contre les infrastructures civiles au Yémen, notamment contre des exploitations agricoles, des réseaux d'assainissement et des installations hydrauliques, causant la mort de centaines de milliers de civils. En août 2018, elle a largué une bombe guidée par laser de 227 kg sur un car scolaire à Dhahyan, dans le nord du Yémen. Des fragments retrouvés sur les lieux [ont permis d'identifier](#) la bombe comme ayant été fabriquée par Lockheed Martin. Quarante enfants ont été tués lors de cette attaque – un événement loin d'être rare au cours de la campagne menée par l'Arabie saoudite pour renverser Ansar Allah.

Si l'Arabie saoudite est le plus gros client de Washington, Israël est quant à lui le principal bénéficiaire de son aide. Une [étude](#) de l'université Brown a révélé qu'au cours des deux années qui ont suivi l'attaque du 7 octobre 2023, les États-Unis ont dépensé 21,7 milliards de dollars en aide militaire à Israël, notamment sous forme d'avions, de missiles et de toutes sortes de munitions pour armes légères.

Israël a utilisé ces armes pour systématiquement cibler des enfants à Gaza et au-delà. Au moins [97 %](#) des écoles de cette enclave densément peuplée ont été touchées. L'un des exemples les plus marquants est celui de l'école de filles Khadija à Deir al-Balah, qui a été frappée le 27 juillet 2024. Une [enquête](#) de Human Rights Watch a révélé qu'Israël a largué au moins deux bombes GBU-39 sur l'école – des munitions fabriquées aux États-Unis par Boeing.

Ainsi, tandis que les fabricants d'armes lisent des contes de fées aux enfants occidentaux, d'autres enfants partout dans le monde sont contraints de vivre un véritable cauchemar, en grande partie à cause de ces entreprises.

Qu'ils vivent aux États-Unis ou dans l'un des pays sous leur joug, les enfants du monde entier sont toutefois pris pour cibles par ces entreprises d'armement de différentes manières. Aux États-Unis, Raytheon, Lockheed Martin, Boeing et d'autres sont intervenus pour venir en aide aux départements de l'éducation en manque de moyens. Alors que leur discours met l'accent sur l'autonomisation des enfants – en particulier des filles – pour qu'ils puissent réaliser leurs rêves scientifiques, leur véritable intention est de blanchir leur réputation de marchands de mort et de former la prochaine génération d'Américains pour qu'ils deviennent des membres consentants de la machine de guerre américaine.

Les enfants de l'autre côté du globe, en revanche, ne se font pas de telles illusions et doivent vivre dans la terreur constante d'être les prochaines victimes de ces entreprises. Cette image n'est pas vraiment celle que des entreprises comme Raytheon veulent nous suggérer lorsque nous pensons à leurs produits. Elles dépensent donc des millions pour tenter de détourner notre attention avec des récits d'émancipation et de découverte. Quel monde que celui dans lequel nous vivons, où des fabricants d'armes forment des enfants à bombarder d'autres enfants.

Alan MacLeod

Article original en anglais : [How Lockheed Martin, Raytheon & Bae Systems Are Propagandizing Children To Support War Through Stem](#), MintPress News, le 31 juillet 2026.

Traduit par [Spirit of Free Speech](#)