

## INTRODUCTION

Les nouveaux maîtres du monde, Ignacio Ramonet

### 1. - LES NOUVEAUX PRÉDATEURS

Déstabilisés par la révolution numérique et l'irruption d'internet, les médias vivent en ce moment un traumatisme inédit. Des mastodontes industriels venus de l'électricité, de l'informatique, du téléphone ou de l'eau se sont rués sur le secteur des nouvelles technologies attirés par des perspectives - en partie illusoires - de gains faciles. Ils ont rapidement édifié de gigantesques empires média-tiques. Et piétiné au passage quelques valeurs fondamentales. En premier lieu, la culture. La communication à l'assaut de la culture, Armand Mattelart, Le culte d'Internet, Philippe Breton, La Toile rongée par les spéculateurs, Dan Schiller.

### 2. - LA SOUMISSION DANS LES TÊTES

Domestiquer, dresser, soumettre, tels sont les (vieux) objectifs que se fixent les grands médias de masse à l'heure de la révolution des nouvelles technologies. Des procédés plus efficaces de manipulation des esprits cherchent à réduire, dans des sociétés démocratiques, tout esprit critique, toute velléité protestataire, tout rêve de révolte. Le système médiatique se transforme ainsi en véritable appareil idéologique de la mondialisation libérale. Big Brother, Ignacio Ramonet, Le stade de l'écran, Marc Augé, Fabrique de désirs, Ignacio Ramonet, A l'école des jeux télévisés, Pascal Lardellier.

### 3. - INTOX ET MENSONGES

Malgré les appels répétés à l'éthique et à la déontologie, les médias de masse connaissent un nouvel âge du mensonge. Bidonnages et tromperies se succèdent, surtout en cas de conflit. Les tentatives de persuasion à l'aide de faux grossiers se multiplient. Du Rwanda au Venezuela, en passant par le Kosovo et le Proche-Orient, les exemples pullulent de médias emportés par la haine et acharnés à intoxiquer les esprits. Les médias reflètent-ils la réalité du monde ? Ryszard Kapuscinski, Images en boucle, Edgar Roskis, Mensonges de guerre, Robert Fisk, Machine de guerre , Régis Debray.

### 4. - PERSUASIONS CLANDESTINES

L'objectif premier des médias de masse est de massifier les individus. Tandis que la publicité nous donne l'illusion de la différence, les informations ou les divertissements travaillent à uniformiser la pensée. Tous les moyens médiatiques sont bons pour nous persuader que nous sommes libres... dans les limites de notre soumission. Le « New York Times » imagine notre avenir, Thomas C. Frank, Tous américains, Serge Halimi, Ravages de la télévision en continu, Eric Klinenberg, Des parasites dans notre quotidien, Dan Schiller, Le marketing de la libération, Thomas C. Frank, Silencieuse idéologie des radios musicales, Marie Bénilde

## CONCLUSION

Entre Disneyland et les ayatollahs, Michel Serres