

Les médias constituent un système qui sert à communiquer des messages et des symboles à la population.

Ils ont vocation à distraire, amuser, informer, et à inculquer aux individus les croyances et codes comportementaux qui les intégreront aux structures sociales au sens large.

Dans un monde où les richesses sont fortement concentrées et où les intérêts de classe entrent en conflit,

accomplir cette intégration nécessite une propagande systématique.

Une modélisation de la propagande se focalise sur la prodigieuse inégalité dans la capacité de contrôle des moyens de production ; et ce qu'elle implique tant du point de vue de l'accès à un système de médias privés que de leurs choix et fonctionnements.

Le modèle permet de reconstituer par quels processus le pouvoir et l'argent sélectionnent les informations.

Infos supplémentaire :
isbn 978-2-7489-0027-9
Texte intégral, traduit de l'anglais par Dominique Arias. Nouvelle édition revue & actualisée par Benoit Eugène & Frédéric Cotton.

éditeur : Agone

LA FABRICATION DU CONSENTEMENT : DE LA PROPAGANDE MÉDIATIQUE

AGONE

LA FABRICATION DU CONSENTEMENT : DE LA PROPAGANDE MÉDIATIQUE

NOAM CHOMSKY, EDWARD HERMAN

Economiste, Edward S Herman est professeur émérite à la Wharton School of Business (Pennsylvanie), Co-fondateur de Zut,

réseau américain d'informations alternatif, il s'intéresse notamment à la domination industrielle et aux réglementations financières relevant des conflits d'intérêts.

Linguiste, Noam Chomsky est professeur émérite au Massachusetts Institute of Technology (MIT, Boston).

Parallèlement à sa prestigieuse carrière universitaire, il est mondialement connu

pour son engagement politique et sa critique de la politique étrangère des Etats-Unis.

