

Les médiamorphoses du (néo)libéralisme. Propagande, idéologie dominante, pensée unique

The Mediamorphoses of (Neo)liberalism. Propaganda, Dominant Ideology, Single Thought

Geoffrey Geuens



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/quaderni/484>

DOI : 10.4000/quaderni.484

ISSN : 2105-2956

Éditeur

Les éditions de la Maison des sciences de l'Homme

Édition imprimée

Date de publication : 5 avril 2010

Pagination : 47-48

Référence électronique

Geoffrey Geuens, « Les médiamorphoses du (néo)libéralisme. Propagande, idéologie dominante, pensée unique », *Quaderni* [En ligne], 72 | Printemps 2010, mis en ligne le 05 avril 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/quaderni/484> ; DOI : 10.4000/quaderni.484

les médiamorphoses du (néo)libéralisme.

*Propagande,
idéologie
dominante,
pensée
unique*

Geoffrey
Geuens

*Chargé de cours
Université de Liège
Département des Arts et
Sciences de la Communication*

Stéréotypie des genres, récurrence de figures clichées, représentations reçues : la banalité de pensée et de forme est grande dans les discours touchant au (néo)libéralisme tantôt qualifié de propagande, d'idéologie ou encore de pensée unique, le tout dans un maelström sémantique et rhétorique qui ne peut qu'interpeller l'analyste du discours social. D'un côté, les ouvrages à succès d'un Noam Chomsky ou d'un Ignacio Ramonet visent à mettre au jour les ressorts psychologiques des phénomènes de persuasion de masse et le développement de technologies de contrôle s'identifiant, pour tout ou pour partie, à de la « propagande » (néo)libérale. Scrutant les intentions subjectives des responsables éditoriaux, publicitaires et financiers, les publications de ce type sacrifient souvent l'analyse des dynamiques socio-politiques à l'œuvre sur l'autel d'une représentation par trop intentionnaliste du pouvoir. D'un autre côté, c'est précisément l'écueil d'une telle psychologisation du propos que vise à éviter, en théorie du moins, le concept d'« idéologie ». On doit cependant constater qu'à cette même notion se substitue très souvent le vocable de « pensée unique » et ce, y compris chez ceux qui se réclament d'une sociologie critique des productions symboliques ou, parfois même, du matérialisme historique.

Le concept d'idéologie se voit ainsi régulièrement réduit, en un geste lui aussi routinier, du côté d'une « pensée unique » aussi peu questionnée dans sa généalogie concrète, et notamment sa genèse sociale, que dans sa substance logique et son poids de réalité. Quant à la superposition/substitution des termes de « propagande » et de « pensée unique » chez les critiques du (néo)libéralisme, elle continue d'interpeller. Forme



impalpable de l'idéologie, la « pensée unique » adopte, à bien y regarder, les contours d'un spectre. Partout et donc nulle part, symbole d'un marché désincarné et sans visage, elle évoque une représentation insaisissable du pouvoir, entre dispersion et disparition, dissémination et dissolution. Le contraire somme toute de l'imaginaire propagandiste en tant qu'il renvoie, quant à lui, à une vision du pouvoir entre réification et fétichisation des structures institutionnelles. Héritière d'une représentation instrumentaliste et intentionnaliste du pouvoir, elle se situe aux antipodes d'une « pensée unique » agissant par simple contagion, sans médiation, et procédant d'une forme d'aliénation de l'idéologie. Muet sur ses origines, le concept de « pensée unique » est à l'image du mythe chez Barthes une *parole dépolitisée*, une histoire sans Histoire.

C'est précisément le caractère anhistorique de la notion de « pensée unique », laquelle relève aussi d'une pensée unique qu'elle croit dénoncer, qui autorise son détournement : popularisée par les adversaires du (néo)libéralisme, la formule est devenue le fil conducteur d'un pamphlet d'Alain Minc¹ répondant notamment à la « gauche de gauche ». Et la boucle est bouclée lorsque les uns et les autres, victimes de la « propagande » de marché et adversaires de l'idéologie « dirigiste », se retrouvent, à leur corps défendant, dans une même rhétorique, tantôt religieuse (« catéchisme managérial ») tantôt moralisatrice (« bien-pensants »), témoignant de la dimension a-sociologique de leur démarche.

Dans cette perspective, la contribution qui suit s'attachera à poser la question non pas de la simple répétition de ces idées reçues et de ces

figures banales mais du principe qui la gouverne, de l'espace englobant qui autorise ces glissements et réappropriations en divers contextes, à l'enseigne de diverses disciplines et sous l'autorité d'auteurs plus ou moins légitimes ou consacrés. Raison pour laquelle, sans nécessairement mettre en cause, le cas échéant, l'architecture théorique de telle pensée ou la dignité scientifique de tel penseur, notre réflexion en passera par un repérage systématique de ces formules figées qui, à surgir aussi bien du clavier d'un éditorialiste que de la plume d'un chercheur, construisent et contribuent à imposer, comme allant de soi, un nouveau « sens commun » en phase avec l'esprit techno-économique du temps et en décrochage avec les grands référentiels du passé (« propriété », « État-nation », etc.)².

Si, comme l'affirme Louis Pinto, la *doxa intellectuelle* est bien le résultat « collectif et anonyme des échanges qui tendent désormais à s'instaurer entre [...] les plus intellectuels des journalistes et les plus journalistes des intellectuels »³, la circulation de motifs récurrents s'origine également dans un mécanisme de censure doublement déterminé : d'une part, par les dispositions socio-culturelles des auteurs concernés dont les écrits portent à divers degrés les stigmates, d'autre part par l'*illusio* propre au champ médiatico-intellectuel en ce qu'il condamne les polémistes, solidaires dans l'adversité, à se faire le relais d'une certaine forme de *doxa*.

La « pensée unique » n'est-elle pas, au fond et dans sa structure même, une idéologie journalistique ?

Il conviendra enfin de montrer chemin faisant



comment, confondant un système économique avec sa justification philosophique, propagande et contre-propagande, pensée unique et critique de la pensée unique, se révèlent être les deux pôles d'un même discours englobant. Les positions en présence sont dès lors moins contrastées qu'il n'y paraît, une certaine critique du (néo)libéralisme ne prenant souvent que le simple contre-pied de l'idéologie du moment sans changer la structure même du débat. L'unité de pensée ainsi reconstruite n'exclura donc pas, bien au contraire, l'existence d'une diversité limitée des points de vue sur le (néo)libéralisme. La dynamique historique de reproduction de l'hégémonie, jamais figée, nécessite en effet l'intégration en son sein de certaines des préoccupations de ceux qui, occupant l'entre-deux social, assurent le plus souvent à leur insu le renouvellement du consensus sur une base commune jamais interrogée.

Cacophonie et non-dits : le (néo)libéralisme en débat

De Jean-François Kahn à Jacques Attali et d'Ignacio Ramonet à Alain Minc, les publications militantes et journalistiques consacrées à la globalisation (néo)libérale ne se comptent plus, au point que même le spécialiste a aujourd'hui du mal à en faire le tour. L'hypertrophie du phénomène tranche pourtant singulièrement avec le sentiment diffus d'une sorte de fermeture du débat. Universalisme abstrait, confusion rhétorique, ton volontiers prophétique (A. Minc, *La mondialisation heureuse*), impertinent (J.-F. Kahn, *L'abécédaire mal-pensant*) sinon même dissident (V. Forrester, *Une étrange dictature*), il ne manque pas de signes témoignant de l'omniprésence du (néo)libéralisme dans le discours social.

Une lecture minutieuse et systématique de ces travaux permettrait pourtant d'indiquer une relative homogénéité des propos, balisés par un nombre très limité de thématiques, constituées en autant de *topoi* du genre avec lesquels, pour reprendre l'expression de Pierre Bourdieu et Loïc Wacquant, « on argumente » mais sur lesquels « on n'argumente pas »⁴, et qui tirent l'essentiel de leur force de persuasion autant de leur répétition que du statut de ceux qui les endossent. Pour le dire encore autrement, la recevabilité et l'efficacité même des formules associées à l'imaginaire (néo)libéral s'expliquent tout autant par l'importante capacité de relance de ces dernières que par le capital symbolique et la surface médiatique des personnalités qui s'en font les relais. On comptera au nombre de ces topiques : l'affaiblissement voire la disparition de l'État-nation, la soumission du politique à l'économique – avec comme présupposé leur artificielle dissociation, la disparition de la classe dominante au profit de flux financiers « sans visages » et « apatrides », la condamnation d'un capitalisme « financier », « anglo-saxon » et « parasitaire », ainsi que la domination sans faille d'une « propagande » ou d'une « pensée unique » de marché.

Il convient donc d'appréhender le (néo)libéralisme comme le révélateur d'un discours social global s'identifiant, dirait Marc Angenot, à un complexe « *cacophonique et redondant à la fois* » d'expressions et d'idées reçues « *qui, dans une société donnée, organisent le dicible – le narrable et l'opposable* »⁵. Et ce, sans que ces croisements ne postulent une stricte identité et ne nous autorisent à mettre en avant, à notre tour, l'idée d'une quelconque « pensée unique » parfaitement cohérente.



La « pensée unique », une réduction idéaliste de l'idéologie

Le discours médiatique et semi-savant sur le (néo)libéralisme est donc voué à paraître à la fois éclaté et harmonieux. Éclaté en ce qu'il conglomère des interprétations divergentes quant aux conséquences de cette « pensée de marché », bénéfiques et salutaires pour les uns, maléfiques et mortifères pour les autres. Harmonieux en ce que ces mêmes discordances n'excluent nullement l'existence d'un accord, au moins tacite, sur la disparition des anciens référents. Dans ce paradigme, il n'est ainsi pas rare que le pouvoir soit évoqué au passé. Depuis sa crise, maintes fois prédite mais jamais vérifiée, jusqu'à sa dissolution en passant par son invisibilité, l'autorité se définit alors au négatif : « introuvable » chez Ignacio Ramonet⁶, « partout et nulle part »⁷ à suivre Alain Touraine. De leur côté, Toni Negri et Michael Hardt convoquent, quant à eux, les imaginaires de la dissémination et de la dissolution dans leur ouvrage *Empire*. Les auteurs y proposent une définition du pouvoir comme « *u-topia* », « *non-lieu* », présent « à la fois partout et nulle part »⁸.

Alors même que dans ce modèle le pouvoir se fait négativité, il est néanmoins une figure réintroduisant l'intervention du politique sous une forme certes, une fois encore, passive : celle de l'« irresponsabilité » des classes dirigeantes. Cette représentation est tout particulièrement présente dans l'œuvre du dernier Bourdieu où le libéralisme s'identifie le plus souvent à une « *politique de dépolitisation* »⁹, avec des États n'ayant plus pour seul rôle que celui d'accorder « leur caution à une politique qui les dépossède »¹⁰. Si

les figures de l'auto-mutilation semblent réactiver partiellement le rôle de l'État dans les processus en cours, il convient néanmoins de souligner d'emblée la principale limite associée à cette interprétation : la dépossession de l'autorité publique y est presque exclusivement vécue sous le mode de la négligence et de l'égarement. L'image de l'auto-dépossession de l'État se conjugue ainsi avec une représentation omnipotente et désincarnée de la « pensée unique » (néo)libérale. Quand Ulrich Beck décèle dans la globalisation marchande une « *auto-liquidation* » de l'État, piégé par une « *conception néolibérale de la politique* »¹¹, Viviane Forrester dénonce ainsi, à son tour, la « *toute-puissance planétaire* » d'une pensée unique n'ayant que « *faire du pouvoir et de ses institutions* »¹².

La « propagande », une représentation instrumentaliste des mass-médias

Le discours sur le (néo)libéralisme balance par conséquent entre une définition désincarnée et idéaliste de l'idéologie, la notion de « pensée unique » évacuant la question centrale des médiations sociales (intellectuels organiques) et politiques (bloc au pouvoir) à l'œuvre, et une vision au contraire strictement instrumentaliste de la question. On soulignera par ailleurs combien l'imaginaire propagandiste s'appuie, quant à lui, sur une représentation réductrice du pouvoir des médias en termes d'« influences » massives et d'« intentions » manifestes. Les travaux sur la propagande de Noam Chomsky¹³ méritent à cet égard qu'on s'y arrête.

C'est dans le classique *Manufacturing Consent*¹⁴, traduit en français sous le titre *La fabrique de*



l'opinion publique, que Noam Chomsky et Edward Herman décrivent par le menu ce qu'ils nomment « un modèle de propagande »¹⁵, modèle destiné d'une part à rendre compte des rapports étroits se nouant entre médias américains et pouvoirs (gouvernement fédéral, lobbies d'affaires, etc.), d'autre part à éclairer, à la lumière de ces phénomènes de collusion, la couverture des conflits militaires par la grande presse et les entreprises audiovisuelles. L'intérêt majeur de ce travail réside premièrement dans ce qu'il met en évidence l'articulation interne et la logique d'enchaînement de divers dispositifs de censure bien réels (concentration de la propriété, ingérence de la publicité, dépendance croissante aux sources officielles, etc.), deuxièmement en ce qu'il accorde une attention particulière aux relations entre presse et sous-champs du pouvoir (appareil d'État, lobbies, *think tanks*...), troisièmement en ce qu'il focalise son attention sur la question cruciale des structures financières des groupes. On rappellera enfin l'influence que cet ouvrage a exercé sur une génération de brillants spécialistes des industries de l'information, nord-américains pour la plupart, songeons entre autres noms à ceux d'Eric Barnouw, Dean Alger ou encore Robert McChesney¹⁶.

Il convient cependant de souligner les principales impasses théoriques auxquelles aboutissent ces travaux. En insistant essentiellement, tout d'abord, sur les relations structurelles entre propriétaires de médias et institutions du pouvoir, Chomsky et Herman font l'impasse sur les membres de l'élite journalistique (directeurs de publications, rédacteurs en chef, etc.) en tant qu'ils personnifient, pour certains d'entre eux, ces imbrications multiples. Il importe donc de compléter

l'analyse des structures financières des médias par une étude sociographique de leurs dirigeants industriels comme éditoriaux. Ces publications se font souvent, qui plus est, le relais des principaux lieux communs associés aux *global studies*, au premier rang desquels figure la thématique de la trans-nationalisation des entreprises de communication¹⁷. Mais l'objection la plus fondamentale que l'on puisse adresser à cette littérature, c'est de retomber dans une forme de fétichisation de la grande entreprise. En associant les rhétoriques du gigantisme, de la démesure et de la monstruosité aux groupes de communication, ainsi qu'en témoigne une formule du type *Megamedia*, les auteurs concernés procèdent à une réification des entreprises d'information, lors même que ces industries culturelles ne font qu'exprimer des rapports sociaux qu'elles peuvent éventuellement renforcer en retour. En portant, dans le même état d'esprit, l'accent sur la « toute-puissance » des *media moguls* et autres *tycoons*, on retombe assez souvent, là aussi, dans une forme de désincarnation de la grande entreprise (*big corporation*), quand bien même les publications concernées reposeraient-elles sur une représentation hyper-individualiste des acteurs en question. L'impasse lexicale et théorique dont il est ici question limite par conséquent la portée proprement sociologique de ce paradigme, sans qu'il ne soit utile pour autant d'identifier, accusation aussi convenue que grossière, l'analyse de Chomsky à une véritable « théorie du complot ».

La « toute-puissance » des mass-médias : *illusio* journalistique et clichés altermondialistes

En dépit même des limites soulignées, c'est pourtant de ce modèle dont est héritier l'argumentaire



consistant à assimiler les transnationales de l'information à des « instruments » de propagande (néo)libérale, sinon même en certains cas, au nouveau pouvoir global. Pour l'ex-directeur du *Monde diplomatique*, auteur d'un essai sur les *Propagandes silencieuses*, l'autorité mondiale s'identifierait aux « archipouvoirs des mégagroupes médiatiques »¹⁸ qui, « puissants et [...] redoutables »¹⁹, auraient pris la place des « maîtres des forges »²⁰. Ayant remplacé en ce début de XXI^e siècle les représentants des milieux économiques traditionnels, ces « nouveaux maîtres du monde »²¹ seraient devenus les dépositaires d'un pouvoir absolu et sans précédent. Là où Ignacio Ramonet témoigne à l'évidence d'une méfiance à l'égard des multinationales de la communication, l'ancien président du conseil de surveillance du *Monde* annonce lui la disparition programmée du triptyque « État-Capital-Travail » au profit du couple médias/opinion publique²², une analyse confortée par les propos de Zaki Laïdi pour qui l'avènement d'une industrie mondiale des médias passe « par l'anéantissement de la médiation de l'État. »²³. L'image de la toute-puissance des industries de la communication, redoutée ou célébrée, doit, on le voit, être considérée comme l'un des lieux communs caractérisant l'*illusio* d'agents sociaux engagés, à divers degrés, dans le champ médiatique.

Parce qu'elle constitue, qui plus est, une variante de l'aporie du jeu à somme nulle entre État et société civile²⁴, cette forme de média-centrisme se voit relayée par la plupart des travaux relevant des *global studies*. Le propos d'Ignacio Ramonet est emblématique lorsqu'il affirme que la mondialisation sonne le glas d'un pouvoir politique relégué « au troisième rang »²⁵, après

l'économique et le médiatique. Philippe Cohen, rédacteur en chef adjoint de *Marianne*, annonce lui la disparition de l'entreprise comme « grande structure, articulée à une famille, représentée par un État. »²⁶. Dans un monde devenu global, seuls demeureraient des pouvoirs économiques déracinés et d'insaisissables flux déterritorialisés. Quant à l'État, il serait aujourd'hui soumis, pour ne pas dire défait, par l'irréversible ascension d'une industrie du réticulaire tentaculaire aux contours flous.

C'est précisément parce qu'ils sont tout à la fois « adversaires » et « complices » au sein du même champ médiatico-intellectuel que orthodoxes comme hétérodoxes partagent, à tout le moins partiellement, une même adhésion tacite à la *doxa* qui délimite leur concurrence²⁷. Le simple recouplement de plusieurs fragments discursifs suffit dès lors amplement à prendre la mesure du phénomène journalistique et semi-savant que constituent la mondialisation (néo)libérale et sa critique.

Les critiques du (néo)libéralisme, une petite noblesse d'État sans État

Reposant sur une représentation désincarnée du marché, une vision idéaliste de l'idéologie et une définition fétichiste de l'État, cette configuration imaginaire du pouvoir se révèle indissociable de l'existence d'une petite-bourgeoisie intellectuelle au sein de laquelle se recrute l'immense majorité des critiques du (néo)libéralisme. De par leurs positions sociales, les « alter » se signalent par des dispositions idéologiques et des prises de position politiques bien spécifiques invitant ces derniers à vivre, pour reprendre l'expression



de Bourdieu, « *les révolutions dans l'ordre des mots comme des révolutions [...] dans l'ordre des choses.* »²⁸.

Intégrés à la petite noblesse d'État, les militants altermondialistes appartiennent pour la plupart à la moyenne et haute fonction publique. Leur portrait collectif est en ce sens relativement harmonieux puisqu'il se singularise d'une part par une forte représentation des professions intermédiaires (44% des actifs) et des cadres intellectuels supérieurs (42% des actifs), d'autre part par le volume non négligeable de leur capital culturel (70% des participants possèdent un diplôme de l'enseignement supérieur). Protégés de la « *désaffiliation sociale [et] éventuellement exposés à la souffrance [...] d'autrui* »²⁹, comme l'affirment Boris Gobille et Aysen Uysal, ils se caractérisent surtout par une misère de position plus que de condition. Sur le plan politique ensuite, les participants aux forums sociaux mondiaux se démarquent par une préférence affichée pour la mise en place de réformes progressives telles que le développement de la démocratie participative et le renforcement de la législation internationale en matière de droit de la concurrence ou de protection des consommateurs. Ces mêmes participants se rejoignent enfin dans la lutte contre l'évolution marchande de la société, combat qui ne peut être efficace, selon eux, qu'en pesant de tout leur poids sur les décisions d'autorités politiques légitimes victimes de l'idéologie libérale.

L'altermondialisme semble ainsi relever bien plus, d'un « radicalisme de classe moyenne » s'appuyant sur l'État³⁰, à suivre Boris Gobille et Aysen Uysal, que d'un véritable mouvement issu des classes populaires.

Le (néo)libéralisme et sa critique : les deux pôles d'un discours social englobant

Le (néo)libéralisme et sa critique, discours contradictoires non antagonistes, ne peuvent dès lors s'identifier à deux représentations du monde diamétralement opposées. Cette querelle idéologique rappelle au contraire la distinction opérée en son temps par Régis Debray entre la *basse intelligentsia* de la petite-bourgeoisie d'État et la *haute intelligentsia* des cadres supérieurs de l'économie, celle-ci se jouant volontiers des vieilles antinomies nationales, lors même que celle-là se résigne encore, à tort ou à raison, à se mettre à l'heure « *de la modernité technologique [...] et des impératifs du marché* »³¹. La dénonciation souvent virulente d'une économie déchaînée soumettant à ses diktats les pouvoirs publics ne fait par conséquent que renverser la position antagoniste, laissant inchangée la structure même du débat.

Omniprésent dans l'imaginaire social, depuis la littérature scientifique et semi-savante jusqu'au discours médiatique et politique, le (néo)libéralisme s'accorde à tous les tons et se conjugue à tous les registres. Personne ou presque n'y échappe et même sa dénonciation, ici comme en d'autres cas, renforce le mythe. La conversion lexicale du capitalisme au libéralisme n'est pourtant pas simple maladresse rhétorique. Elle constitue un contresens historique entretenu de longue date, et soulevant nombre de difficultés et d'interrogations. Libre-échangiste et protectionniste, étatiste et anti-étatiste, libérale et sociale, selon les époques et plus encore au gré de ses intérêts, la bourgeoisie s'est toujours prioritairement signalée, comme le rappelle Pierre Rosanvallon,



par « *un pragmatisme de classe.* »³² En ce sens, si l'utopie libérale de la société de marché est étrangère au capitalisme réel, elle remplit néanmoins une fonction bien précise : confondre ce dernier avec sa justification philosophique, qu'on la qualifie de propagande, d'idéologie dominante ou de pensée unique.

N · O · T · E · S

1. Alain Minc, *Épîtres à nos nouveaux maîtres*, Paris, Grasset, 2002.
2. Pour une analyse systématique du discours social sur la globalisation (néo)libérale et une étude détaillée des propriétés socio-biographiques des auteurs concernés, on lira « *Globalisation, société de l'information et discours social* » (chap. 2), dans Geoffrey Geuens, *Globalisation, communication et champ du pouvoir*, Doctorat en Information et Communication, Université de Liège, 2007, pp. 90-186.
3. Louis Pinto, « La doxa intellectuelle », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 90, décembre 1991, p. 95.
4. Pierre Bourdieu et Loïc Wacquant, « Sur les ruses de la raison impérialiste », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 138, juin 2001, p. 109.
5. Marc Angenot, *1889. Un état du discours social*, Longueuil-Québec, Éditions du Préambule, 1989, pp. 13-14.
6. Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, Coll. « Folio actuel », 2001, p. 70.
7. Alain Touraine, *Lettre à Lionel, Michel, Jacques, Martine, Bernard, Dominique...et vous*, Paris, Fayard, 1995, p. 38.
8. Michael Hardt et Antonio Negri, *Empire*, Paris, Exils, 2000, p. 239.
9. Pierre Bourdieu, *Interventions, 1961-2001. Science sociale et action politique*, Marseille, Agone, 2002, p. 463.
10. Pierre Bourdieu, *Contre-feux 2. Pour un mouvement social européen*, Paris, Raisons d'Agir, 2001, p. 10.
11. Ulrich Beck, *Pouvoir et contre-pouvoir à l'ère de la mondialisation*, Paris, Flammarion, 2003, pp. 168-169.
12. Viviane Forrester, « L'ultralibéralisme n'est pas



une fatalité », dans *Le Monde*, 22 février 2000, p. 1.

13. Noam Chomsky, *De la propagande*, Paris, 10/18, 2003 ou encore Noam Chomsky et Robert McChesney, *Propagande, médias et démocratie*, Montréal, Éditions Ecosociété, 2000.

14. Noam Chomsky et Edward Herman, *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, New York, Pantheon Books, 1988.

15. Les deux auteurs distinguent cinq filtres représentant autant de dispositifs directs et mécaniques de censure. La concentration aiguë du secteur est l'un de ceux-là. Prolongeant l'ouvrage désormais classique de Ben Bagdikian *The Media Monopoly* (New York, Beacon Press, 1983), Chomsky et Herman déconstruisent l'imaginaire du « marché pur » en soulignant, fort judicieusement, l'existence d'un entrelacs de participations financières croisées aboutissant à une concurrence oligopolistique proche des formes traditionnelles de cartels. L'accroissement exponentiel des rentrées publicitaires constitue un autre mécanisme de censure, les industriels du marketing étant soupçonnés d'influencer le contenu des productions journalistiques. La dépendance des médias aux sources officielles est elle au principe d'un troisième filtrage des informations. Dirigeants d'entreprises multinationales, hauts gradés de l'establishment militaire et experts « indépendants » en conseil stratégique seraient devenus les principales sources primaires dans le commentaire autorisé de l'actualité. Majoritaires parmi les intervenants extérieurs aux rédactions, ces derniers bénéficieraient par ailleurs d'un traitement de faveur lié à leurs positions sociales privilégiées. Les « tirs de barrage » ou « artillerie protestataire » renvoient à un quatrième dispositif de censure. Il s'agit là, pour l'essentiel, de la possibilité offerte à l'État de répondre à une information critique qui aurait déjà passé l'épreuve des trois précédents filtres en orchestrant pour ce faire une réaction à la contestation et ce, grâce à l'utilisation combinée sinon

simultanée de diverses technologies de contrôle (fax en direct, éditions spéciales du J.T., organisations de pétitions...). Quant au dernier filtre, il réside dans l'anticommunisme primaire des médias américains, réflexe idéologique institué en véritable doctrine par les professionnels de l'information, aux dires de Noam Chomsky et Edward Herman.

16. Erik Barnouw et al., *Conglomerates and the Media*, New York, The New Press, 1997; Dean Alger, *Megamedia. How Giant Corporations Dominate Mass Media, Distort Competition, and Endanger Democracy*, New York, Rowman & Littlefield Publishers, 1998 ; Robert McChesney, *Corporate Media and the Threat to Democracy*, New York, Open Media, 1997 et *Rich Media, Poor Democracy*, Urbana, University of Illinois Press, 2000.

17. Edward Herman et Robert McChesney, *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism*, Londres, Cassel, 1997 et Robert McChesney, « The Media System Goes Global », dans *Rich Media, Poor Democracy*, Urbana, University of Illinois Press, 2000, pp. 78-118.

18. Ignacio Ramonet, « Le cinquième pouvoir », dans *Le Monde diplomatique*, octobre 2003, p. 1.

19. Ignacio Ramonet, *Géopolitique du chaos*, Paris, Gallimard, Coll. « Folio actuel », 1999, p. 110.

20. Ignacio Ramonet, « Les nouveaux maîtres du monde », dans « L'empire des médias », *Manière de voir*, n° 63, mai-juin 2002, p. 6.

21. *Ibid.*

22. Alain Minc, « Ce que devrait être une vraie gauche », dans *Le Nouvel Observateur*, 5 octobre 2000.

23. Zaki Laïdi, « Les imaginaires de la mondialisation », *Esprit*, n° 246, octobre 1998, p. 88. Directeur de recherche à Sciences Po, Zaki Laïdi est collaborateur des journaux *Libération*, *La Croix*, *Le Monde*, *Le Temps* (Genève) et *Manashi Shimbun* (Tokyo), ainsi que l'auteur de plusieurs



ouvrages consacrés à la mondialisation parmi lesquels *La grande perturbation* (Flammarion, 2004), *La gauche à venir. Politique et mondialisation* (Éditions de l'Aube, 2001) ou encore *Malaise dans la mondialisation* (Textuel, 1997). Ancien conseiller spécial du commissaire européen au Commerce Pascal Lamy, Zaki Laïdi préside Telos, une « agence intellectuelle » créée en décembre 2005. D'inspiration réformiste et proche du courant social-libéral français, cette sorte de mini *think tank* aspire « à servir de plate-forme de débat entre intellectuels, de lien entre intellectuels et médias, de canal de communication entre intellectuels et public. » (extrait du site Internet). Les membres du comité éditorial de Telos sont, outre Zaki Laïdi, Bernard Brunhes (vice-président de la société de consultance BPI), Renaud Dehousse (directeur du Centre d'études européennes de Sciences Po), Richard Robert (rédacteur en chef de la revue *Cadres*) et Charles Wyplosz (Professeur d'économie à l'IHEID de Genève). Pour une analyse approfondie de la trajectoire sociale et professionnelle de Zaki Laïdi on lira Emmanuel Lemieux, « Le réseau troisième gauche », dans *Pouvoir intellectuel. Les nouveaux réseaux*, Paris, Denoël, 2003, pp. 410-412.

24. Pour reprendre l'expression de Jean-François Bayart dans *Le gouvernement du monde. Une critique politique de la globalisation*, Paris, Fayard, 2004, p. 23.

25. Ignacio Ramonet, *La tyrannie de la communication*, Paris, Gallimard, Coll. « Folio actuel », 2001, p. 71. Cette formule est explicitement reprise de l'ouvrage *Géopolitique du chaos* (Paris, Gallimard, 1999) : « Le pouvoir politique n'est que le troisième pouvoir. Il y a d'abord le pouvoir économique, puis le pouvoir médiatique. », p. 112.

26. Philippe Cohen, « Une nouvelle élite sortie d'un même moule », dans *Marianne*, 2-8 août 1999, pp. 53-54.

27. L'usage du vocable « (néo)libéralisme » pourrait être interprété comme n'étant que le plus petit dénominateur commun entre des auteurs dont les positions politiques sont il est vrai, à bien des égards, irréductibles. Il est ainsi impossible de ne pas reconnaître le caractère radical de l'opposition entre les principaux dirigeants du mouvement altermondialiste et les intellectuels associés par exemple à la « troisième voie » et ce, notamment sur la question de ladite dérégulation de l'économie. Aussi antagonistes ces positions puissent-elles apparaître – tenants du « plus » d'État contre partisans du « moins » d'État – elles n'en relaient pas moins un même implicite : celui de l'extériorité réciproque de l'État et du marché, des pouvoirs publics et des intérêts privés. Ce dernier lieu commun fait en outre système avec d'autres idées reçues associées à la globalisation (néo)libérale, entendue comme figure imaginaire du pouvoir, qu'il s'agisse de l'influence supposée grandissante des fonds d'investissements anglo-saxons en Europe, de la dimension essentiellement transnationale des marchés ou encore de la présumée extinction du capitalisme familial. En ce sens, l'utilisation partagée du vocable « (néo)libéralisme » par les débatteurs considérés est probablement le signe, par-delà des antagonismes bien réels, d'une convergence idéologique rarement interrogée.

28. Pierre Bourdieu, *Méditations pascaliennes*, Paris, Seuil, 1997, p. 10.

29. Boris Gobille et Aysen Uysal, « Cosmopolites et enracinés », dans Eric Agrikoliansky et Isabelle Sommier (sous la direction de), *Radiographie du mouvement altermondialiste*, Paris, La Dispute, 2005, p. 112.

30. *Ibid.*

31. Régis Debray, *Le pouvoir intellectuel en France*, Paris, Ramsay, 1979, p. 229.

32. Pierre Rosanvallon, *Le capitalisme utopique*, Paris, Seuil, 1999, p. 211.



R · É · S · U · M · É

Forme impalpable de l'idéologie, la « pensée unique » (néo)libérale est le symbole d'un marché désincarné et sans visage, évoquant une représentation insaisissable du pouvoir, entre dispersion et disparition, dissémination et dissolution ; l'exact opposé, en quelque sorte, de l'imaginaire propagandiste en tant qu'il renvoie lui à une représentation instrumentaliste et intentionnaliste du pouvoir. Agissant par simple contagion, sans médiation institutionnelle, la « pensée unique », concept anhistorique et anti-sociologique, procède donc d'une forme d'aliénation de l'idéologie. La présente contribution montre également comment, confondant un système économique avec sa justification philosophique, adversaires et tenants de la globalisation (néo)libérale, se révèlent être les deux pôles d'un même discours englobant. En ce sens, si l'utopie de la société de marché est étrangère au capitalisme réel, elle remplit néanmoins une fonction bien précise : confondre ce dernier avec sa justification philosophique, qu'on la qualifie de propagande, d'idéologie dominante ou encore de « pensée unique ».

confusing an economic system with its philosophical justification, opponents and proponents of (neo)liberal globalization appear to be the two poles of the same encompassing speech. In this sense, if the utopia of market society is alien to real capitalism, it still fulfills a specific function : to confuse the latter with its philosophical justification described as propaganda, dominant ideology or even « single thought ».

Abstract

*The Mediamorphoses of (Neo)liberalism
Propaganda, Dominant Ideology, Single Thought
Intangible form of ideology, the (neo)liberal « single thought » is the symbol of a disembodied and faceless market, evoking an elusive representation of power, between dispersal, extinction and dissolution ; the exact opposite, in somehow, of the propagandist imaginary linked with an instrumentalist and intentionalist representation of power. Acting by mere contagion, without institutional mediation, the « single thought », ahistorical and anti-sociological concept, is a form of alienation of ideology. This paper also shows how*

