

## L'influence des médias sur l'opinion publique

On appelle « média » un moyen de diffusion d'informations vers un grand nombre d'individus, sans personnalisation du message, et « opinion publique », l'état d'esprit majoritaire d'une population. Naturellement lorsque l'on parle de l'un on parle de l'autre. En effet, les médias ont pour but de nous informer de tout ce qu'il se passe dans le monde. Ainsi ils disposent d'une grande autonomie dans le choix des sujets à traiter. Les médias sont faits pour agir sur notre psychisme et c'est ici que résident leurs pouvoirs. En moyenne neuf Français sur dix regardent la télévision tous les jours, 8 sur 10 écoutent la radio et lisent la presse et un peu plus d'un tiers surfe sur Internet. Mais comment ces médias nous influencent-ils? Pour répondre à cette question nous étudierons dans un premier temps la diffusion de l'information puis son utilité et enfin les effets néfastes de ces médias.



*Les journalistes ne se contentent pas de nous donner une information : ils peuvent la commenter en prenant un parti pris sans que nous le sachions. De plus, ils choisissent les images qu'ils souhaitent nous montrer : comment savoir si celles – ci sont la réalité ?*

### I) La diffusion de l'information...

Les médias nous permettent d'accéder rapidement à toutes informations : faits divers, actualité, sport etc. Il existe différents moyens de diffusion tels la presse sous toutes ses formes, la radio et la télévision, Internet et la publicité.

#### 1) La presse écrite :

La presse écrite désigne, de manière générale, l'ensemble des moyens de diffusion de l'information écrite, ce qui englobe notamment les journaux quotidiens et les publications périodiques. Elle est très utilisée des français car la France détient le 1<sup>er</sup> rang mondial pour la lecture des magazines avec 1022 livres pour 1000 habitants. L'utilité de la presse est qu'elle fournit beaucoup plus de détails que les médias audiovisuels et permet donc au lecteur d'être beaucoup plus actif dans sa recherche d'informations. L'information se présente sous forme d'images figées et d'écritures.

Une opinion donnée dans un journal, les tabloïds n'étant pas inclus, se doit d'être beaucoup plus argumentées que dans tous les autres médias : le lecteur veut des preuves en ce qui concerne l'information donnée et la conclusion qu'en retire un journaliste. Ces preuves, si elles sont fondées, influenceront un individu dans sa façon de pensée et d'analyser le sujet car il a des arguments pour débattre en société.

#### 2) La radio :

L'intérêt de la radio et que nous sommes informés régulièrement des nouvelles du monde ou des sondages politiques... En effet, des journaux informatifs sont mis en place

régulièrement, aux heures où les personnes sont les plus souvent dans leur voiture, afin de les informer. Tout comme dans la presse écrite, ces nouvelles peuvent être commentées et le conducteur les entend, même s'il ne les écoute pas. Ici, la diffusion de l'information s'effectue par la parole et la musique et on estime que les plus de quinze ans écoutent en moyenne deux heures par jour la radio. Le grand avantage de celle-ci est que les messages audiovisuels s'étalent dans la durée et donc les programmes permanents peuvent rapidement être modifiés : sa capacité de réaction à l'évènement est immédiate ou rapide.

### 3) La télévision.

Longtemps, la télévision était dirigée par le gouvernement: la censure et la plupart des chaînes étaient sous son contrôle. Aujourd'hui elle est le média le plus regardé en France et sa liberté de diffusion est presque totale. Les limites de la censure sont de plus en plus repoussées. La télévision est, de nos jours, la source majeure de l'influence exercée sur chacun car il est très courant d'en trouver dans les foyers. Les français passent en moyenne trois heures par jour devant le petit écran. Même ceux qui ne la regardent pas ou presque pas ne sont pas à l'écart de ce qu'elle diffuse: s'ils ne sont pas branchés sur elle, ils "baignent" dans son environnement.

La télévision diffuse l'information de différentes façons : il y a l'information brute où, faute d'images, les informations sont exposées sous la forme d'une « brève », l'information illustrée où les images sont commentées par le présentateur, et l'information élaborée où des personnes sont soumises aux questions du présentateur (ici, on veille au respect des temps de parole).

Le journal télévisé est un rendez vous quotidien pour la plupart des familles. Pour nous, il est l'exemple de l'influence et de la manipulation exercée sur la société. Il a d'abord tendance à privilégier l'émotionnel au rationnel, par exemple des évènements de faible importance peuvent être dramatisés. A l'inverse, on parle peu des réels évènements graves car ils risquent de nuire à la réputation d'un groupe de personnes ou d'attiser la colère d'autres personnes. Mais là où la manipulation est la plus flagrante, c'est lorsque le journal télévisé, à défaut d'images exclusives diffuse des images qui proviennent d'anciens reportages : on trompe le spectateur et on l'incite à lui fait croire que des éléments sans importances sont la principale préoccupation du monde à un moment donné.

### 4) Internet:

Internet est le média qui a le plus d'influence sur la population, loin devant la télévision, la radio ou la presse écrite. En effet, Internet est un moyen extrêmement utilisé de nos jours en particulier par les jeunes. Aujourd'hui environ sept maisons sur dix possèdent au moins un ordinateur et généralement l'accès à internet. Grâce à cela, on peut, d'une seule clique être informé de toutes les nouvelles actualités. De plus, nous n'avons même plus besoin de chercher l'information, c'est elle qui vient à nous.

Ce moyen de faire passer les opinions et idées est très avantageux : le souci de censure n'est pas présent et on touche beaucoup facilement un public mondial, et non régional ou national.

### 5) La publicité :

La publicité a parfois été associée à une forme d'art, mais à l'origine, la publicité est tout simplement une forme de communication. On peut dire qu'elle leurre l'individu en lui masquant son intérêt personnel réel. Il s'agit d'une activité commerciale qui vise à promouvoir un produit, un service, un évènement, un concept, voire une personne, quels que soient les moyens utilisés.

Influencé par la publicité, le Consommateur agit selon son impulsion immédiate et cette impulsion s'oppose à ses intérêts sur le long terme. Tout est mis en avant pour attirer l'attention et susciter le désir du public. La publicité peut être verbale, écrite ou visuelle et utilise des formats tels que le bouche à oreille, la radio, les journaux, les magazines, la télévision, l'Internet et même les murs! Si l'on considère l'environnement moderne, la publicité est présente partout : sur la route, les aéroports, les gares ferroviaires etc.

Ainsi, les publicités façonnent notre façon de penser en nous imposant tous les jours les mêmes idées au travers d'une affiche : comment ne pas finir par penser que telle personne est bien ou que ce parfum sent vraiment bon ?

## II) La sensibilisation :

Les médias permettent aussi de sensibiliser l'opinion publique sur des questions de prévention. C'est ainsi que des thèmes tels que la santé publique et les questions sociales sont abordés. Afin de mieux nous sensibiliser les médias se servent de choses qui vont toucher, nous émouvoir, nous frapper ou encore nous choquer. Pour cela ils utilisent divers procédés : pour la presse écrite cela peut s'agir de slogan marquant avec des couleurs frappantes. Pour la radio il suffit d'une musique mélodieuse ou au contraire brutale. Et enfin la télévision, internet et la publicité regroupe tout cela car ils cherchent à toucher notre vue et notre ouïe, à l'aide de musique, de couleurs et d'images qui nous marqueront.

La photo à sensation est aussi régulièrement utilisée par les médias : il s'agit de faire des gros plans sur les scènes tragiques, d'insister sur les contrastes de situation ou de décor, de mettre l'accent sur l'insolite etc. La notion de scoop est aussi considérablement utilisée pour sensibiliser : c'est le principe d'avoir une information ou une photo volée, ce qui attise la curiosité d'une personne.

## III) Les effets néfastes de ces médias.

Dans notre société de communication, comment ne pas apprendre aux jeunes à différencier une information d'une rumeur et à se méfier de l'image censée être la réalité ?

Les médias peuvent inculquer de mauvaises pensées par de nombreux intermédiaires, tels que les stéréotypes par exemple (image toute faite, décrivant un individu réduit à ses caractéristiques les plus superficielles, reflétant un jugement simplifié à l'extrême) ; ou la violence télévisuelle parfois exhibée à l'extrême... Ils contribuent aussi à créer des représentations et à fournir à leurs usagers des normes et des codes (vêtements, objets de consommation, valeurs sociales...) qui leur permettent de se situer par rapport aux différents groupes de la société.

### 1) le détournement de l'information :

La liberté de la presse dans les pays démocratiques conduit parfois à des dérapages et détournements d'informations. Les journalistes ne se contentent pas de transmettre une information: ils semblent se donner du plaisir à alimenter la polémique en donnant la parole et diffusant les propos de gens ne connaissant pas certains sujets. Par exemple, il est assez facile de ne montrer qu'un certain point de vue: aux dernières élections provinciales en Nouvelle - Calédonie, de jeunes personnes avaient été interrogés dans la rue afin de savoir ce qu'ils pensaient de ces élections, or seuls les interviews de ceux qui ne savaient pas quoi répondre ou qui exprimaient leur non -intérêt pour ses élections furent diffusées à la télé.

On parle aussi de détournement d'informations quand celles-ci sont présentées dans un contexte autre que leur contexte réel. Cela peut notamment se produire dans les journaux télévisés, quand des images sont présentées dans un autre contexte que celui de base. C'est le cas d'un reportage effectué sur le trafic de baleines au Japon: un journal télévisé avait traduit les dires d'un homme par le fait qu'il n'aimait pas faire cela, et qu'il ne gagne que légèrement plus d'argent qu'en étant un simple pêcheur. Un autre journal avait choisi de traduire cela: " Je gagne beaucoup d'argent, je peux faire vivre ma famille. Alors pourquoi me plaindre?". Ces détournements sont aussi présents à la radio ou dans les journaux: des dires de manifestants en colère contre le gouvernement peuvent être repris dans plusieurs articles différents.

Ces détournements apportent une information fautive au public et les induits en erreurs sur un sujet d'actualité.

### 2) des médias engagés :

Très souvent, les médias présentent un sujet avec une opinion qui n'est pas neutre. Une même information est de ce fait diffusée avec différents points de vue, qui pourtant paraissent

sans avis choisis. Mais le lecteur ou spectateur ne sait pas toujours qu'il est en face d'un journal ou reportage appartenant à un mouvement politique défini: par exemple *le Figaro* est un journal de droite. Face à cette diversité d'opinions, un phénomène est né: l'effet de la spirale du silence. Il s'agit du fait que les gens n'osent pas affirmer leur opinion et suivent une opinion générale afin de ne pas être en marge de la société. S'ils voient que les médias favorisent une opinion qui n'est pas la leur, ils n'osent plus s'exprimer, croyant qu'ils sont seuls à penser cela. De cette façon, les autres opinions meurent, même si elles sont partagées par un nombre important de gens, laissant la place à l'information médiatisée.

### Conclusion:

« La radio annonce, la télé montre et la presse commente" : promoteurs et porteurs de la culture de masse, les médias, écrits d'abord puis audiovisuels (radios, télévisions), ont été et restent encore des acteurs incontournables dans la diffusion de la culture et dans l'influence de l'opinion publique. Ils exercent une influence sur la population qui est parfois positive et parfois négative. D'où l'importance de multiplier ses sources d'information et de faire appel à sa réflexion personnelle. En effet, les médias nous diffusent toute sorte d'information dans lesquelles il faut savoir faire le tri afin de ne pas se laisser influencer : il ne faut acheter tout ce que nous voyons où croire tout ce que nous entendons.