

La société de l'information

Introduction

Les médias sont des procédés, des outils permettant la distribution, la diffusion ou la communication d'informations, d'œuvres, de documents ou de messages sonores ou audiovisuels. Ils jouent le rôle d'intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur à qui ils transmettent le message.

Les différents types de médias : presse, cinéma, affiche, radio, télévision, Internet, courrier.

Source : Larousse/ E-monsite + Wikipédia histoire des médias

Les médias sont également qualifiés de 4^{ème} pouvoir en référence aux 3 pouvoirs constitutionnels (exécutif, législatif et juridique), pour exprimer l'influence qu'ils ont sur l'opinion publique et la prise de position des citoyens. Les médias sont « porteurs de la culture de masse » et sont des acteurs incontournables dans la diffusion de la culture, leur « diktat » peut être décisif. Dans les pays les plus développés les médias ont une place très importante et sont majoritairement détenus par des groupes industriels proches du pouvoir politique.

Source : Wikipédia Média.

Au cours de l'histoire, les dirigeants vont avoir recours à la propagande pour diffuser leurs idées et faire passer des messages, notamment par le biais d'affiches.

Internet est un mécanisme qui permet aux utilisateurs de diffuser des informations dans le monde entier.

Les médias sociaux sont des outils de partage et de discussion sur Internet qui peuvent servir d'un point de vue à la fois personnel et professionnel mais également plus privé, permettant de partager des photos des fichiers, et d'échanger avec les autres utilisateurs, comme pour réagir à certaines informations ou donner son point de vue par exemple. Parmi tous ceux qui existent on peut citer : Facebook, Twitter, et LinkedIn par exemple.

Nous allons donc nous demander comment l'information est véhiculée de la source au public ?

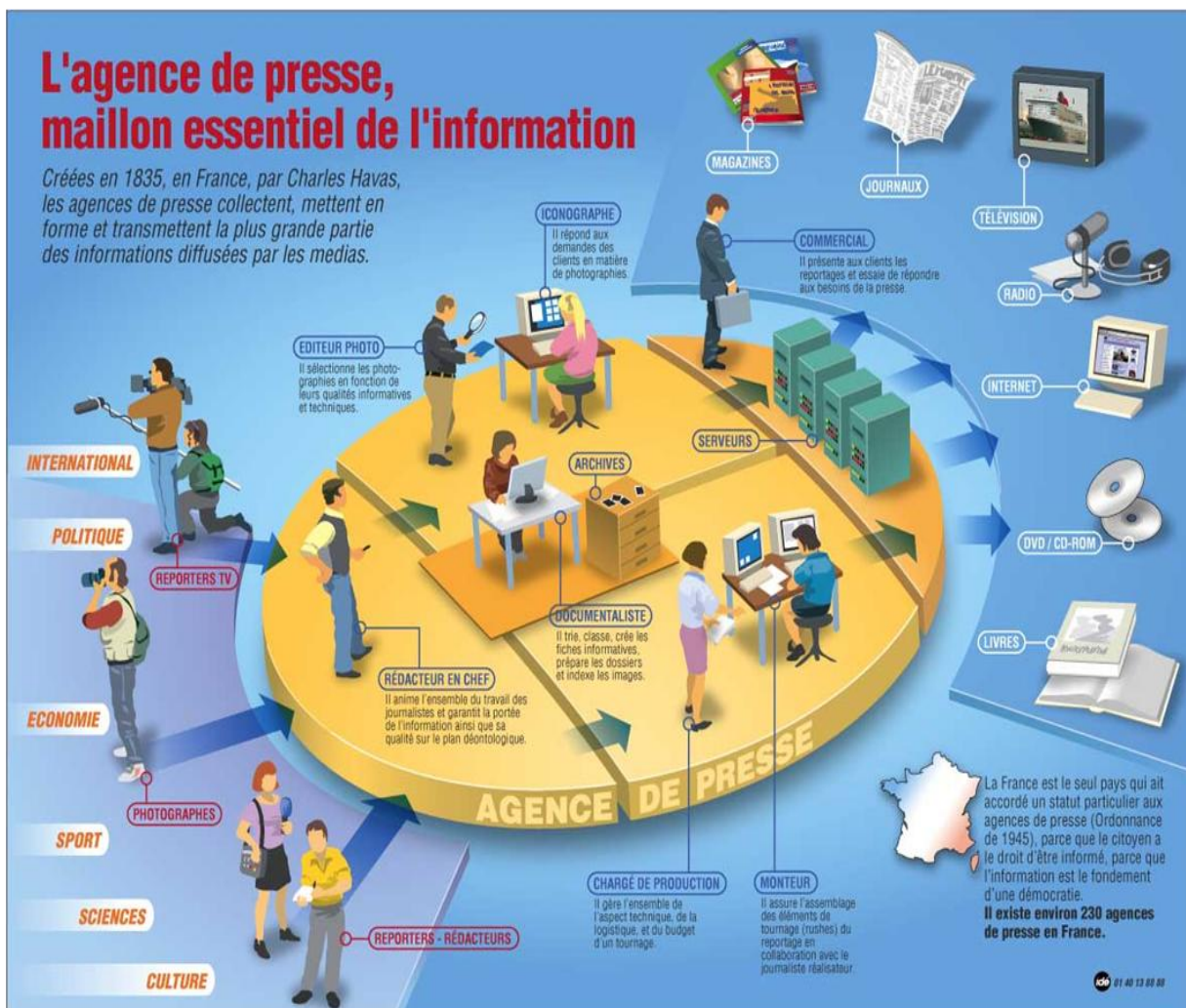
Agathe Desfossez, Elsa Cardoso- Lopes, Laura Cubeddu

I) Fonctionnement d'une société de l'information

Cette partie traite du fonctionnement général d'une société de l'information, des différents métiers qu'on peut y trouver, ainsi que des différents types de médias disponibles à ce jour.

Tout d'abord, un média est un moyen permettant une diffusion large et collective d'informations ou d'opinions, quel qu'en soit le support.

Les médias assurent la circulation des opinions, et leur confrontation. Nous connaissons tous les médias tels que les journaux papiers ou encore la télévision, qui constituent un moyen efficace et fiable pour se documenter. Mais l'apparition de nouvelles technologies offre aux citoyens la possibilité de concurrencer les journalistes dans la saisie et le traitement de l'information. L'émergence d'Internet est un moyen rapide de saisir et de consulter une information ; mais ce média ne représente pas une source fiable : les informations ne sont pas toujours vérifiées, et peuvent être erronées. De plus ce média laisse plus de place à la subjectivité que les journaux ou autres médias.



Une agence de presse est une organisation qui vend aux médias des informations (textes, photos, vidéos, etc.) ce qui permet à ces derniers d'informer sur des pays dans lesquels ils n'ont pas – ou pas assez – de correspondants.

Les agences de presse se différencient les unes des autres en fonction de plusieurs critères :

- Le public visé : certaines ne visent que les médias, d'autres les gouvernements, ou des entreprises par exemple.
- Le type d'informations : informations générales ou spécialisées (finance, sport, environnement...)
- Un critère géographique : certaines ne couvrent que l'information nationale, locale ou internationale ou les trois en même temps.

Différents types de médias :

Il faut distinguer la presse écrite, qui couvre l'ensemble des quotidiens, publications périodiques, agences de presse et organismes professionnels de l'activité éditoriale, du terme « médias », qui représente l'ensemble des moyens de diffusion de l'information (la distribution ou la communication d'œuvres, de documents ou de messages sonores ou audiovisuels : presse, cinéma, affiche, radio, télé, vidéo, etc.).

Il existe donc la presse écrite, qui peut être nationale, régionale ou locale, et qui est efficace mais coûteuse. Elle permet toutefois de toucher de nombreux lecteurs. La radio, qui est un média de moins en moins utilisé de nos jours, permet de toucher de nombreux auditeurs simultanément, en les ciblant selon les heures d'écoute ; mais l'absence de visuels réduit son efficacité. Ensuite, la télévision : il s'agit du média le plus utilisé et qui possède le plus d'impact. Toutefois, les tarifs exponentiels des espaces publicitaires en interdisent l'accès à une très large proportion d'entrepreneurs. Enfin, l'affichage permet de toucher un grand nombre de personnes grâce à ses nombreux supports, notamment dans la rue.

Avec la généralisation de l'accès à Internet et le développement du numérique, nombreux sont les métiers de la presse et des médias qui évoluent. Certains métiers se recomposent, d'autres s'enrichissent, de nouveaux se créent, mais tous nécessitent des compétences élevées et renforcées.

Aimie Blondin, Elisa Barrière

II) Les différents points de vue

Les réseaux sociaux sont un média très influent dans le monde d'aujourd'hui : par exemple, Twitter, qui est un réseau social où les utilisateurs peuvent réagir librement et facilement sur différents sujets grâce aux hashtags. C'est un bon moyen de s'informer pour de nombreuses personnes, grâce à des informations rapides et efficaces, mais souvent fausses et non certifiées. En effet, n'importe qui peut tenter de diffuser une information fautive ou très vague. En août 2011, des émeutes ont éclaté à Londres : en effet, des rumeurs ont été propagées sur les réseaux sociaux disant que les animaux du zoo de Londres erraient dans la capitale et que la grande roue, le London Eye, était en flammes. Ces informations se sont révélées fausses par la suite. De plus, il existe également des « trolls » qui diffusent de fausses informations pour faire rire, pouvant être rapidement relayées grâce aux RT (retweets) et aux *likes* et certaines personnes peuvent les prendre au 1^{er} degré et se faire piéger.

On peut tout de même trouver des informations sérieuses et fiables sur Internet, notamment grâce aux sites de presse en ligne comme par exemple *Le Monde*, qui s'opposent aux sites moins réputés cherchant le « buzz » et non à diffuser une information vérifiée.

Il est important de savoir repérer une fautive information : le premier réflexe à adopter lorsqu'une information est véhiculée par les réseaux sociaux est d'en vérifier la source. Il est conseillé de consulter divers sites ayant des sources fiables, tels que les agences de presse, ou encore les sites institutionnels. Il existe des sites tels que « Hoaxbuster » qui sont spécialisés dans la vérification de rumeurs et qui permettent d'en vérifier l'authenticité.

Victor Danion, Louis Gautier

III) Internet

Depuis son apparition dans les années 1980, Internet a pris une place majeure dans les médias puisque c'est aujourd'hui la seconde source d'information après la télévision.

En effet, la moyenne de temps passé à regarder les informations sur Internet est de 10h par semaine contre 12h pour la télévision et 35% des Français s'informent sur Internet choisissent ce moyen de s'informer pour comprendre un sujet de fond ou avoir des explications détaillées d'un événement.

Internet est un moyen de faire prendre connaissance aux jeunes et aux personnes précaires des actualités, ce qu'ils ne feraient peut-être pas si, pour s'informer, ils devaient acheter des journaux. Par exemple le journal payant *Mediapart* est publié uniquement sur Internet. L'accès à la page d'accueil est gratuit mais la lecture des articles est payante. Ce journal est à environ 10 euros par mois mais pour les moins de 25 ans, personnes précaires, sans emploi, ou petites retraites, il est à 5 euros par mois, ce qui montre bien la volonté de certains journaux de faciliter la prise d'information pour certaines catégories de la population.

Internet possède de nombreux atouts tels que le ciblage (partager en fonction des catégories de population qui consultent les différents sites), l'interactivité (activité qui nécessite la

coopération de plusieurs êtres ou systèmes, naturels ou artificiels, qui agissent en ajustant leur comportement. Elle est souvent associée aux technologies permettant des échanges homme-machine), le faible coût comparé par exemple aux journaux qui nécessitent du papier, de l'encre, des imprimantes, des personnes pour les distribuer et pour finir, la liberté de créativité.

De plus, Internet a permis de réduire l'utilisation de papier dans le monde et les déplacements et appels téléphoniques.

De plus, les journaux sur Internet ne se limitent pas qu'à des textes ou des photos mais publient aussi des vidéos ainsi que certaines fois, de l'actualité en direct.

Il existe beaucoup de sites d'actualité tels que :

1. LeMonde.fr
2. LeFigaro.fr
3. L'Obs.com
4. 20minutes.fr
5. Francetvinfo.fr
6. LeParisien.fr
7. Lexpress.fr
8. Ouestfrance.fr
9. LePoint.fr
10. Liberation.fr
11. <https://blogs.mediapart.fr/>

Internet est un moyen d'information révolutionnaire avec un grand nombre d'avantages mais il possède aussi des inconvénients.

En effet, ce média n'est pas tout à fait écologique puisqu'il est responsable de 2 à 3% des émissions de dioxyde de carbone dans le monde en raison de l'électricité consommée par l'activité des serveurs.

De plus, Internet est un des médias les moins fiables d'après les Français qui considèrent que l'on peut écrire tout et n'importe quoi dessus.

Pauline Chartres, Astrid Benoit

IV) Interview

Pour avoir une idée plus professionnelle et une vision interne du métier de journaliste, nous avons réalisé une interview d'une journaliste à la CCI.

Quel est votre métier, en quoi cela consiste-t-il ?

Je suis rédactrice pour un magazine économique. Je rédige donc des articles à la demande du comité de rédaction qui décide des articles à paraître. Pour parvenir à la rédaction d'un article, je me déplace dans des entreprises pour interviewer les chefs d'entreprises ou les apprentis dans ces entreprises. Mes articles touchent à la formation. Il m'arrive aussi d'être convoquée lors de conférences de presse. Pour celles-ci, c'est le comité de rédaction qui décide ou non de s'y rendre. Et même si nous nous déplaçons, nous ne sommes pas obligés de rédiger un article.

Quel est le moyen de diffusion de votre magazine ?

Le magazine est publié sous forme papier de façon bimestrielle. Nous avons aussi un site Internet et un compte Twitter.

Quel est votre public cible ?

Le magazine est essentiellement destiné aux chefs d'entreprises et à leurs employés dans le département du Maine-et-Loire. Le magazine est aussi destiné aux collectivités.

Pourquoi un chef d'entreprise est-il intéressé par l'actualité des autres entreprises ?

Les entreprises sont intéressées par ce qui se passe chez la concurrence, ils peuvent aussi être intéressés par l'aspect juridique.

Comment faites vous le tri parmi les informations avant de les diffuser (comment éviter les « fake news » ?

Vérifier l'information n'est pas toujours simple mais c'est indispensable. Si nous avons un doute sur la véracité d'une information, nous ne la diffusons pas. Nous sommes responsables, si la personne que nous interviewons semble essayer de nous tromper ou si elle ne nous semble pas fiable, nous ne diffusons pas l'information.

Que pensez-vous de la course à l'information rapide qui fait scandale en ce moment (chaines de télévision par exemple) ?

Dans notre magazine, nous n'avons pas ce souci : en effet nous n'avons pas beaucoup de concurrence et la parution bimestrielle de notre magazine rend compliquée la diffusion de « scoop ». Cependant, même si elle ne nous concerne pas, la course à l'information (qui peut s'avérer contre-productive) dénature le métier de journaliste.

Que pensez-vous du fait que de nos jours, de plus en plus de personnes délaissent le magazine papier pour ne plus lire que des articles sur Internet ?

En effet, de nos jours, de moins en moins de journaux papier sont achetés. Cela est compréhensible : le journal papier est plus long et plus contraignant à lire que le journal par Internet. Cependant nous avons moins ce souci dans notre journal qu'ailleurs puisque nous avons précédemment réalisé un sondage parmi nos lecteurs et ceux-ci ont majoritairement voté « oui » au maintien d'une production bimestrielle du magazine papier. Le problème des articles sur Internet est la façon dont les lecteurs le lisent : des études ont montré que la lecture s'effectuait de façon pyramidale : le lecteur ne s'attarde que sur le titre, les quelques premières lignes de l'article et les sous-titres.

Pensez-vous qu'il est possible de ne s'informer que par les réseaux sociaux ?

Non, cela n'est pas viable. Beaucoup d'informations circulent en continu sur les réseaux sociaux. Nous allons prendre l'exemple de Twitter pour lequel notre magazine possède un compte. Il est dangereux de ne lire que les tweets, il faut suivre les liens et être redirigé vers les sites qui diffusent cette information. En effet, sur Twitter, le nombre de caractères est restreint ce qui ne permet pas d'écrire une information. Il faut aussi faire attention aux sources et les croiser si possible. Un post Twitter est presque anonyme tandis qu'un article sur un site Internet ou sur papier est écrit par un journaliste et ceux-ci ont une éthique. Il est impossible de ne s'informer que par les réseaux sociaux, ceux-ci ne doivent servir que pour entendre parler d'une information et aller se renseigner réellement en suivant les liens des posts.

Lúka Boucard Baudry

Bibliographie

Le monde diplomatique : <https://www.monde-diplomatique.fr/2000/05/ACCARDO/2288>

Marianne : <https://www.marianne.net/debattons/tribunes/les-editorialistes-des-grands-medias-sont-ils-massivement-pro-macron> , par Thomas Guénolé.

Le Point : http://www.lepoint.fr/monde/daesh-etat-islamique-la-guerre-des-noms-a-commence-22-09-2014-1865537_24.php

<https://www.devenez-mediatique.com/medias-opinion-publique/>

Travail réalisé par

Arthur Auger, Elisa Barrière, Astrid Benoit, Aimie Blondin, Lúka Boucard-Baudry, Paulin Brault, Elsa Cardoso-Lopes, Gabrielle Charraud, Pauline Chartres, Laura Cubeddu, Victor Danion, Martin de Lambertye, Louis Degrave, Agathe Desfossez et Louis Gautier.