

Fonction des médias

À la recherche des informations

Même si elles n'ont pas toutes la même importance, toutes les informations sont au centre de nos vies personnelles et sociales. Elles nourrissent nos interactions, développent nos personnalités, accroissent nos connaissances, guident nos actions les plus diverses et éclairent notre participation à la vie démocratique. Elles nous servent de cadre de référence pour juger nous-mêmes des réalités ou des événements de façon à ce que nous puissions prendre des décisions.

Des informations sur toutes sortes de sujets parviennent aux élèves d'une grande variété de sources :

- de l'observation quotidienne de ce qui se passe et se dit autour d'eux, de leurs échanges avec les membres de leur famille, avec leurs amis, avec leurs enseignants ou lorsqu'ils sont témoins d'un événement, etc.;

- des réunions, des voyages, des activités de loisirs, des centres commerciaux, des expositions qu'ils fréquentent, etc.;

- des ouvrages pédagogiques et documentaires scolaires et des dépliants institutionnels, etc.;

- des journaux écrits, télévisés et radiodiffusés, des magazines, des revues, d'Internet, des réclames publicitaires, des livres, des spectacles, des photographies, des musiques et des chansons, des objets à collectionner, des émissions de fiction et des films télévisés, etc.

Qu'est-ce qu'une information?

Une information est un ensemble de renseignements présentant une idée, un événement, un fait réel ou imaginaire,

peut aussi faire l'objet d'un compte-rendu dans un média comme lorsqu'un journaliste rédige une nouvelle sur ce dernier.

- Elle peut aussi faire l'objet d'une communication décidée et organisée par des individus, une entreprise médiatique, des artistes, des créateurs, des chercheurs et des spécialistes, des gouvernements, des associations, des entreprises commerciales, des firmes de relation publique qui, pour des raisons qui leur sont propres et jugées d'intérêt public, ont besoin de communiquer une information.

Lorsqu'une information est communiquée à d'autres, le fait (réel ou imaginaire), constitue la matière première de sa construction élaborée dans un message qui servira de support matériel à sa transmission verbale, non verbale, écrite ou audiovisuelle. Ce message, organisé selon un code, circulera alors de son émetteur à un ou plusieurs récepteurs. Il s'insérera dans un processus social où, selon le contexte, sa communication sera faite par une personne qui s'adresse elle-même, sans intermédiaire, à une ou à plusieurs autres personnes ou, encore, elle sera faite par un média qui s'adresse à un ou à plusieurs publics.

Pourquoi communiquer l'information?

Peu importe qui en est l'émetteur, la communication d'une information est toujours tributaire de la décision de la personne, de l'organisation ou du média qui a reçu ou connaît un renseignement, de l'intention qui les motivent, des moyens dont ils disposent, de l'interprétation et de l'usage qu'en feront ses récepteurs.

Capsule historique

La première station radiophonique au monde a vu le jour à Montréal

La fin du 19e siècle voit l'apparition du télégraphe et du téléphone. Qui fut donc l'inventeur de la radio? Plusieurs chercheurs ont contribué à son arrivée. Samuel Morse, au cours des années 1837-1844, développe, avec son code morse, la transmission presque instantanée d'un message d'un lieu à un autre. Il est l'un des premiers à tenter de télégraphier sans fil à partir de la conductibilité électrique du sol. L'idée de la TSF (transmission sans fil) prend alors une ampleur considérable. Deux ans plus tard, Edouard Branly met au point un récepteur qui détecte les ondes découvertes par Hertz; ce dernier ne fonctionnait cependant que sur une distance d'une vingtaine de mètres. Deux autres hommes, Alexandre Popov (un Russe) et Guglielmo Marconi (un Italien) développeront la technologie de la télégraphie sans fil. Ils feront la même découverte : l'apport d'une antenne ainsi que sa hauteur favorisent la diffusion et la distance d'émission.

Grâce aux émetteurs plus puissants et à la révolution de l'ère électronique, la qualité des transmissions progressera radicalement. Dès lors, on commence à envisager la possibilité de voir la TSF comme autre chose qu'un complément du télégraphe ou qu'une utilité militaire et gouvernementale : un moyen de divertissement et d'information qui rejoindrait un vaste auditoire. En 1918, Montréal sera la première ville du monde à posséder une station radiophonique qui diffuse quotidiennement : XWA, qui deviendra plus tard CFCF. À cette époque, plusieurs licences de radiodiffusion sont attribuées en majorité à des entreprises reliées directement à la presse écrite. La révolution de la radio numérique, apportant la qualité ultime du son, transformera complètement les conditions de diffusion et d'écoute.

porté à la connaissance d'individus ou d'un public.

- Elle peut être portée directement à l'attention d'un individu ou d'un groupe qui est témoin d'un événement et elle

Les émetteurs ou les producteurs de l'information ont le pouvoir de décider de la communiquer ou non. Ils ont aussi le pouvoir de choisir pourquoi, comment et à qui la communiquer. La connaissance des intentions qui président à la fabrication d'un message d'information permet de comprendre les fonctions de communication qu'il dessert et le traitement que les médias lui accordent.

Les messages médiatiques sont, en effet, des « discours » qui combinent la plupart du temps les intentions suivantes :

- Le **discours incitatif** a pour intention et fonction la promotion d'une idée, d'une action ou encore d'un objet de consommation. Il vise à séduire, à convaincre et à persuader.
- Le **discours ludique** a pour intention et fonction d'amuser et de divertir.
- Le **discours informatif** a pour intention et fonction de faire connaître et d'expliquer une réalité, un événement, un fait, une idée.
- Le **discours expressif** a pour intention d'exprimer un sentiment, une opinion, une croyance, un goût, une appréciation, un état d'âme, etc.

Dans les médias, ces intentions se retrouvent à l'intérieur de chacun des messages (ou discours) qu'ils proposent à leurs publics et elles servent à caractériser les domaines d'information qu'ils se donnent pour mission de privilégier.

Le récepteur de l'information est toujours actif

Quelque soit l'information, l'intention et les moyens qui président à la construction du message qui la supporte et lui sert d'emballage, celle-ci doit composer avec la réception que lui réservent celles et ceux à qui elle est destinée. Tout comme la communication d'un message, la réception se fait toujours dans un contexte actif où chacun comprend, re-construit et interprète le message à partir de ce qu'il est, son expérience et ses connaissances. De là, dans les médias, le déploiement de stratégies de communication et de moyens souvent sophistiqués pour bien connaître le public auquel ils s'adressent afin de s'assurer d'être compris par lui et de susciter son intérêt. De là aussi l'incertitude constante qui les anime parce qu'ils sont incapables de tout prévoir.

Lorsqu'on est le récepteur d'un message, il est important de comprendre l'information qui nous est communiquée en prenant soin :

- de bien saisir les faits dont elle parle;
- de connaître ce qui intervient dans sa construction pour mieux situer les intentions, le contexte qui a présidé à son émission et les moyens utilisés pour la transmettre;
- d'identifier l'interprétation et l'usage que nous en faisons.✓