

Théories de l'information et de la  
communication

# Dissertation

18 Décembre 2020

« Pourquoi et comment un fait devient-il une information ?

Selon quelles logiques, en suivant quels circuits et avec  
quelles contraintes l'information nous parvient-elle ? »

de Pascal LARDELLIER

COULAND Emilien  
MMI2 – Y1

Voici donc une première partie de sujet très intéressante. « Pourquoi et comment un fait devient-il une information ? ». Dans un monde fondé sur des faits et alimenté d'informations on ne se demande même plus ce que c'est.

Dans ce monde où l'on a de plus en plus et où l'on pense tout savoir on ne se rend pas compte que l'on sait de moins en moins. Je pense donc qu'avant même de vouloir répondre à cette question, demandons-nous plutôt « Qu'est-ce qu'un fait et qu'est-ce que l'information ? ».

Un « fait » est une chose, une action ou un événement qui se produit réellement, que l'on vit directement.

Par exemple : « J'écris actuellement une dissertation pour l'examen de Théories de l'information et de la communication », c'est un fait. Un fait implique qu'il y ait des protagonistes, des acteurs et parfois des témoins.

Et enfin « l'information » du latin « informare » est le fait « de donner forme à » quelque chose. L'information est donc le fait de théoriser des choses réelles, l'information consiste à savoir ce qui se passe, consiste à savoir ce que l'on n'a ni vu, ni vécu réellement, ni entendu directement. Pour savoir ce qu'il se passe, les gens ayant vécu un événement communiquent ce qu'il s'est passé, ils communiquent un fait. Pour communiquer un fait donc informer, les médias retranscrivent dans différents supports comme les journaux papiers et journaux télévisuels le fait afin qu'ils deviennent une information accessible à tous. L'information permet donc de communiquer un fait à des gens qui ne l'ont pas vécu.

Par exemple :

« Les attentats du Bataclan, je ne les ai pas vécus, mais je connais cet événement car via différents supports j'ai été informé de ce fait. »

Nous comprenons donc la question grâce à ces détails sur les mots employés dans la problématique. Répondons donc maintenant à ces questions. « Pourquoi et comment un événement qui se produit réellement devient-il accessible à des gens qui ne l'ont pas vécu ? Selon quelles logiques, en suivant quels circuits et avec quelles contraintes l'information nous parvient-elle ? »

Tout d'abord le fait est raconté à des journalistes par des sources. Ces dernières peuvent être les protagonistes, les acteurs du fait ou bien des témoins du fait. Se passe ensuite la récolte d'informations par le journaliste via des témoignages ou des acteurs eux-mêmes. Les

journalistes vont ensuite revendre les informations récoltées sur le fait en question, au média le plus onéreux... Le journaliste est donc en position de force, il détient donc le pouvoir d'informer ou de désinformer pour donner plus de valeur à un fait. Le media ayant le plus de moyens pourra être au-devant de la scène lors de la révélation des informations à la population. Les plus grand médias mis en avant auront donc une influence sur la façon de penser des gens, en dépit des plus petits médias qui resteront dans l'ombre.

Donc un fait peut devenir une information, effectivement. Cependant tous les faits ne deviennent pas des informations. En effet après la récolte d'information expliqué précédemment, les médias, avant de créer l'information applique ce que l'on pourrait appeler le phénomène de proximité. Ce dernier consiste à transmettre l'information au sujet d'un fait seulement s'il est susceptible d'intéresser la population par rapport à sa proximité géographique. On peut illustrer avec le cas des différents attentats en Afghanistan, il y en a tous les jours mais nous n'en entendons pas parler. Mais un autres évènement tragique tel que l'attentat criminel sur Samuel Paty a fait plus de bruit car le phénomène de proximité s'est appliqué à ce cas. En effet se drame étant survenue en France, il avait bien plus de chance d'être médiatisé car les médias savaient que la proximité de ce fait tragique intéresserait plus la population plutôt que des attentats survenus dans un autre pays. Dans les deux cas les faits sont horribles mais en sachant que la proximité géographique était en faveur du deuxième cas, les médias préféreront créer de l'information autour d'un drame concernant un attentat survenue en France.

Grâce à ces explications nous pouvons déjà comprendre que tous les faits ne sont pas traités de la même manière et qu'il y a des contraintes avant même qu'ils deviennent une information. Ces derniers sont sélectionnés par les médias pour en retenir environ cinq pourcents par jour. Le phénomène de proximité crée une forte inégalité de traitements de l'information par les médias et nous fait comprendre que la gravité d'un fait n'ait pas toujours utilisé pour créer de l'information. En se posant des questions sur le traitement de l'information on découvre que ce phénomène de proximité est une des contraintes pour que cette dernière nous parviennent.

Un fait ne devient pas une information uniquement par le biais du phénomène de proximité. Le fait devient une information aussi pour des

raisons plus sombres. Il devient une information pour une question de visibilité et de business. En effet en France l'information peut avoir une très grande valeur surtout lorsque qu'elle concerne des célébrités.

Le 2 décembre 2020, Valérie Giscard d'Estaing meurt. L'information est médiatisée partout. Cet ancien président est mort le même jour que des milliers de personnes. En effet, des milliers de personnes meurt tous les jours en France, de causes naturelles ou bien criminelles. Cependant la valeur de ces faits au jour du 2 décembre 2020 était moins élevée que celles d'une célébrité comme un ancien président de la république tel que Valérie Giscard d'Estaing. Une personne, d'un point de vue de l'information, est quantifiée afin de trouver la valeur qu'elle aura aux yeux de la population.

On découvre donc que les médias trouvent une valeur même après la mort, cette dernière qui a souvent plus de valeur que la vie elle-même.

L'intérêt de la population influence la façon dont sont traitées les informations par les médias. Le bénéfice d'un fait dépend de l'intérêt que les gens porteront à l'information qui en sera créée. Effectivement la population en plus d'être un des facteurs de communication est surtout un facteur de bénéfice. Si la population porte de l'intérêt à l'information, alors les gens permettront de créer du trafic, ce trafic donnera donc de plus en plus de visibilité à l'information dans le but de nourrir l'aspect économique de cette dernière. Les médias en suivant l'intérêt des gens, prélève la tendance actuelle pour suivre l'envie de la population, et rester en accord avec l'opinion publique.

Parfois les faits sont filmés par des témoins, et ce type d'information se retrouve partagée sur les réseaux sociaux. Nous allons donc découvrir que les réseaux sociaux sont à la fois créateurs et relayeurs d'informations. Les réseaux sociaux, sont un des moyens utilisés pour nous faire parvenir et pour partager l'information. En effet depuis quelques années les réseaux sociaux prennent une place importante dans la communication de l'information. Ces derniers permettent de mettre en avant des informations cachées par les médias au profit d'une autre. Les médias font en sorte qu'une information puisse en chasser une autre. Cette sélection étant faite de manière à orienter la façon de penser des gens vers un sujet plutôt qu'un autre. Par exemple, lors de l'annonce du deuxième déconfinement, l'état a passé la loi « sécurité globale » afin de pénaliser la diffusion d'images malveillantes de policiers pour les protéger. L'annonce du déconfinement a permis de mettre en arrière-plan l'annonce de la loi

« sécurité globale ». Cependant, c'est à ce moment que les sociaux entrent sur le circuit afin de partager l'informations avec de tristes images illustrant le problème de cette loi et l'abus de pouvoir de certains policiers profitant de cette protection. Ce cas fonctionne aussi avec les faits divers qui sont souvent utilisé pour faire diversion. Les médias sont une serrure de porte menant aux informations du monde, nous laissant seulement un maigre champ de vision sur la vérité.

L'Etat est lui-même sur le circuit de l'information. En effet les journaux tel que le Figaro ou encore le Parisien sont subventionnés par l'Etat, ce qui donne à ce dernier un droit de regard sur l'information transmise via ces médias. C'est pour cela que nous voyons Le Parisien supprimer des tribunes signées par des enseignants-chercheurs, sur la politique actuelle dénonçant un gouvernement accés sur la peur. Ils ont un lien de dépendance avec le pouvoir, et donc la plupart de ces groupes ont une orientation politique. On peut donc penser que l'information est filtrée, modifiée et détournée en faveur de l'Etat. Ceci constitue donc une contrainte sur la manière dont nous parvient l'information et nous questionnes quant à la véracité des informations transmise par ce type de médias.

Avec le pouvoir qui est donc donné aux médias, l'information est scénarisée, dramatisé et moralisée. Les plus grands médias tel que BFM, Le Figaro ou encore Le Parisien on le pouvoir de déformer et modifier l'information afin de la vendre sur des écrans utilisés comme simple outil de projection.

Ces propos pourraient être illustrer par la médiatisation française de Donald Trump. Les médias Français ont tendances à diaboliser les faits et gestes de Donald Trump pour de sombres raisons politiques.

On brise donc l'image de messenger que les médias se donne et on découvre que ces derniers sont des diabolotins de la société qui veulent garder un équilibre infernal.

Les médias ne mettent pas en avant ces propos pour la simple raison qu'ils veulent garder la prospérité installer entre les médias et les politiques. Cet équilibre arrange des personnes tel que Marc-Olivier Fogiel, dirigeant de BFM et grand ami d'Emmanuel Macron, ce dernier étant toujours mis en avant sur ce type de médias.

Pour conclure sur cette dissertation rappelons quelques éléments expliqués et développés précédemment. On comprend donc comment et pourquoi un fait devient une information. On comprend que pour qu'un fait devienne une information on suit une logique qui respecte le

phénomène de proximité, qui suit l'intérêt de la population et remplit des critères économiques, afin de créer un bénéfice en quantifiant l'information sur des faits qu'ils soient dramatiques ou non.

Les informations étant parfois contrôlées par l'Etat, la population reçoit avec difficultés ces dernières et se pose des questions quant à leurs véracités. Les réseaux sociaux transmettent l'information qui parfois est différente de celles transmises par les médias et contraignent donc la population à devoir trancher sur la véracité des faits de base.

Le circuit pour passer d'un fait à une information est donc contraint par les réseaux sociaux et la véracité des propos de certains médias soudoyés par les subventions de l'Etat. Voilà donc la manière dont les journalistes traitent un fait afin de créer l'information, ces derniers qui peuvent désinformer au profit des médias qui ne font que calculer la valeur d'une population manipulée.

# Références

- LARDELLIER. P.            *Cours Magistraux*
- COULAND. E.            *Avis et connaissances personnelles*

COULAND Emilien  
MMI2 – Y1