

Fiche Cours/ Master 2 Sociologie Communication

Communication & Opinion Publique

L'opinion publique et les médias

L'état d'esprit majoritaire dans une population est appelée **opinion publique**. L'opinion publique est ainsi constituée par les jugements que portent les citoyens sur les questions d'actualité. D'où deux questions : quelle valeur représente cette opinion ? Comment connaître cette opinion ?

Les médias et la formation de l'opinion publique.

La valeur du jugement va dépendre du niveau de connaissance dont dispose le citoyen sur un sujet donné. Le rôle des médias devrait donc être de fournir aux citoyens des informations fiables et diversifiées pour que les citoyens puissent formuler un jugement raisonné et argumenté. Dans le cas contraire, en l'absence d'informations, l'opinion sera déterminée par l'émotion, la rumeur, et pourra être facilement manipulée*. Les médias influent sur notre façon de penser en présentant les informations selon une orientation qui vise à souvent démontrer quelque chose (on peut faire dire des tas de choses différentes à une même image ou à un même événement).

Les journalistes ont donc un pouvoir important. Certains évoquent La pluralité des sources d'information est ainsi une garantie de la démocratie. La liberté de la presse et des médias est inscrite dans l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme de 1789 "La libre communication des pensées est un des droits les plus précieux de l'homme; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la loi." Les limites de la liberté d'expression sont fixées par la loi du 1er juillet 1881 sur la liberté de la presse. Cette loi protège les citoyens contre les abus (diffamation, violation de la vie privée par exemple)

D'autre part les journalistes disposent de codes déontologiques et, pour la plupart, ils s'y tiennent. (voir texte 1) Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), créé en 1989, veille au respect de ces règles par les chaînes de radios et de télévision. Mais les journalistes ne sont pas toujours indépendants; Ils peuvent être, parfois, influencés par l'appât de l'argent, ou bien subir les pressions de l'entreprise qui les emploie ou bien celle de partis politiques. Les journaux, les chaînes de radio et de télévision, sont le plus souvent devenus la propriété de grands groupes financiers ou industriels. Exemple le groupe Vivendi (ex CGE) Hachette-Lagardère. Les médias sont soumis aux lois du marché (part d'Audimat pour les télévisions, importance de la diffusion pour les journaux) et sont dépendants de la publicité pour leur financement.

Pour attirer un plus large public, certains médias n'hésitent pas à publier les informations ou les images les plus spectaculaires. Ils se lancent dans la chasse aux scoops, allant, dans certains cas, jusqu'à les forger de toutes pièces. En France, comme dans les autres pays développés, ce ne sont plus la censure ou la répression qui menacent le droit à l'information. En fait, la presse perd peu à peu de son indépendance financière au profit de grands groupes de communication. Ces liens avec le monde des affaires, associés à la fascination qu'éprouvent parfois les journalistes pour les milieux politiques, font redouter à certains observateurs une manipulation de l'information plus dangereuse car plus difficile à déceler. La presse peut-elle continuer à jouer son rôle si elle n'est plus réellement indépendante.

Connaître l'opinion publique : les sondages.

Politiques, décideurs économiques cherchent à connaître, les goûts, les attentes ou les réactions de la population pour mieux déterminer leurs choix. Pour connaître l'opinion publique, des sondages sont organisés par des organismes privés spécialisés (IFOP, CSA, SOFRES, etc.) Un nombre minimal de personnes (échantillon représentatif) sont sélectionnés dans les différentes catégories de la population. Un questionnaire précis leur est soumis, puis les réponses sont ensuite comptées. la fiabilité des sondages, malgré la réglementation qui les encadre, est incertaine et elle dépend du nombre de personnes interrogées, du type de questions posées et de la manière dont elles sont posées. D'autre part la publication des résultats d'un sondage n'a t-il pas un effet en retour sur l'opinion publique elle-même ?