



Extrait du Analyses sur la société française

<http://www.france-analyse.com/Les-medias>

Creative Common By SA

Les médias

- Actualité entendue - Médias -



Date de mise en ligne : vendredi 8 février 2008

Analyses sur la société française

Avant de lire un média il faut connaître sa ligne éditoriale qui si elle n'est pas connue ou non respectée demande à ce que le lecteur s'interroge. Les lignes éditoriales se trouvent sur le Site Web dans la présentation du médias ou bien lorsque leurs journalistes montrent leurs convictions. Il s'avère qu'un journaliste doit suivre la ligne éditoriale de son journal. Donc cela indique ce que l'on va retrouver sur le média.

On peut retrouver la ligne éditoriale d'un média en analysant les textes les plus récurrents. On peut analyser les mots utilisés ou l'orientation des articles en fonction des thèmes. L'orientation des articles doit normalement être différente en fonction du journaliste. Sinon cela veut dire que la ligne éditoriale du Média est trop limitée donc que le média n'est pas crédible. Les Médias qui font participer les lecteurs en direct peuvent être crédibles. Encore faut-il que l'on ne retrouve pas des stéréotypes ou pire des clichés. Il faut que le lecteur soit objectif lui aussi. Sinon cela veut dire que le média n'informe pas.

Il faut faire attention à la répétition des phrases de même nature et se méfier de cette redondance. Si on avale la redondance cela veut dire que l'on manque soit même d'objectivité. Une information illogique n'a pas besoin d'être prouvée puisque le manque de logique indique un déni de sens donc une désinformation.

Il faut avoir l'avis de chaque camp avec les personnes qui les représentent. Attention à bien retenir qu'un camp que se méfie des médias cherche à trouver de la crédibilité ou de légitimité. Si l'avis de chaque camp devient un stéréotype c'est que les informations n'évoluent pas donc que le média n'est pas crédible. Cela ne veut dire en aucun cas que le camp n'est pas crédible si l'avis du camp ne se donne pas en direct.

Un vocabulaire familier utilisé par un média montre son manque d'objectivité. On n'apprécie guère le vocabulaire familier lorsqu'on écoute ou pire lorsqu'on lit un média. Cela a en effet pour objectif de dévaloriser le camp représenté.