République Démocratique et Populaire

Ministère des études supérieures

et de la recherche scientifique

Université Mohamed Lamine DEBAGHINE- Sétif 2

Facultés des Lettres et des Langues

Département de Français

Matière : Communication

Spécialité : Didactique des langues étrangères

Niveau : M1

Responsable de la matière : Dre KAÏM Nora

**Chapitre 04**

**La communication de masse**

La communication de masse fait référence à la diffusion d’informations à un large public, généralement par le biais de médias tels que la télévision, la radio, les journaux, les magazines et internet. Cette forme de communication vise à atteindre un grand nombre de personnes en même temps et peut avoir un impact significatif sur l’opinion publique.

La communication de masse est souvent utilisée pour transmettre des messages publicitaires, des informations d’actualités, des programmes éducatifs ou des compagnes politiques. Elle peut également être utilisée pour influencer les attitudes et les comportements des individus. Par exemple, la compagne médiatique lancée pour soutenir le massacre en Palestine en criant le droit à se défendre du c^té de l’occupant israélien.

La communication de masse peut parfois entraîner une déformation de la vérité. En effet, les médias de masse ont souvent pour objectif de captiver l’attention du public et de générer des revenus, ce qui peut conduire à une manipulation de l’information pour susciter des réactions émotionnelles.

De plus, la concurrence entre les médias pour obtenir des scoops et des exclusivités peut conduire à une course à la sensationnalisation et à une perte de rigueur dans le traitement de l’information.

En outre, les biais idéologiques et politiques des médias peuvent également influencer la manière dont l’information est présentée au public, ce qui peut conduire à une distorsion de la réalité.

C’est ainsi que la communication de masse peut être critiqué pour sa capacité à manipuler l’opinion publique et à propager des informations inexactes ou biaisées. Il est donc important de faire preuve de discernement lorsqu’on consomme des médias de masse et d’exercer un esprit critique vis-à-vis des messages qui y sont véhiculés.