

ID: 3252

Catégorie: FLS

Nombre de mots: 838

Comment les fausses nouvelles affectent-elles vos relations avec les médias?

Le monde moderne est inondé de nouvelles. Alors que la plupart de gens croient que les nouvelles qu'ils entendent sont vraies, d'autres ont l'impression qu'elles sont fausses. Les nouvelles bombardent les individus vulnérables et sensibles aux réseaux sociaux. L'internet, la télévision, la radio et la presse écrite tentent de faire croire au public ce qui se répand de partout. Chaque jour, ma conscience essaie de trouver le chemin dans le fourré d'informations ce qui me permet de former ma propre opinion. Souvent, les nouvelles déforment les idées qui tournent dans ma tête et m'orientent vers ce qui se passe dans les coulisses des médias. Parfois c'est amusant, parfois cela me rend anxieuse. Je me pose la question, pourquoi les médias n'assument pas la responsabilité de diffuser de fausses informations qui affectent négativement certains groupes de la population?

Les nouvelles fausses sont comme des abeilles qui grouillent autour des gens et souvent il est difficile de les rejeter. Les gens créent des mythes à propos des personnalités publiques, ce qui affecte leurs amateurs. Souvent les célébrités deviennent les cibles de nombreuses attaques sur les réseaux sociaux pour des propos choquants.

Je me rappelle de l'histoire de la fameuse chanteuse canadienne, Céline Dion, qui a été publiquement accusée de haïr les Etats-Unis. Des recherches montrent que la propagation de rumeurs a de graves conséquences pour les célébrités, et Céline Dion en était la vraie victime (Radio Canada). Je vois que c'est ainsi que les gens essaient de devenir populaires eux-mêmes et vivre de la renommée des célébrités. Les créateurs de fausses informations utilisent diverses ressources médiatiques pour diffuser des informations au public. Chaque fois que je vois ou j'entends des nouvelles choquantes, j'essaie toujours de trouver d'autres sources d'informations pour vérifier leur fiabilité. J'ai remarqué que souvent les individus saisissent et imitent instantanément le mode de vie des personnalités publiques et de nombreux médias sont responsables de la diffusion de ces informations. Certaines personnes sont déterminées non seulement à répandre les fake news, mais aussi à en faire partie intégrante, à recevoir des informations des personnes célèbres et à communiquer avec des entreprises pour être parmi les premiers à connaître et à utiliser les informations.

En quête de leadership, les entreprises s'efforcent d'améliorer leurs stratégies de marketing pour attirer l'attention du public. À la recherche permanente du profit, les entreprises essaient de garder secrètes leurs stratégies de marketing et modifient assez souvent des produits bien connus dans l'espoir que le changement ne sera pas découvert. Par exemple, la disparition du logo « Lactantia » de l'emballage des produits laitiers d'une célèbre entreprise canadienne « Lactalis », a conduit à la propagation des rumeurs selon lesquelles le lait n'était plus 100% naturels. "Pas de logo, donc pas 100% canadien à mon avis. Sinon, qu'ils mettent le logo pour le prouver ... S'il n'y a pas le logo 100% canadien, c'est parce qu'il y a quelque chose à cacher" (La Presse). Les internautes étaient furieux et agacés par « le nouveau goût du lait » et Lactalis a commencé à recevoir de nombreuses plaintes et des clients ont exigé des réponses. La qualité du produit et la satisfaction du client doivent être de premier ordre. Les

entreprises qui veulent gagner des avantages et augmenter le nombre de clients sont forcées de poursuivre des politiques raisonnables pour maintenir leur réputation en évitant la propagation de fausses rumeurs.

La diffusion de fausses nouvelles est inévitable. Bien souvent, des informations compromettantes sont divulguées par le personnel qui a accès aux secrets de l'entreprise, ce qui nécessite des sanctions. Les médias sont extrêmement puissants et peuvent facilement perturber le cours de la pensée, convainquant ou même intimidant leurs fans. Par exemple, quelqu'un qui se considère comme un expert en prédiction, publie une histoire affirmant que la fin du monde s'approche à grands pas. Il semble être compétent dans certaines questions et espère obtenir la renommée s'il fait croire aux autres à un tel canular. La diffusion de fausses informations peut être nuisible pour une certaine catégorie de gens, mais pour d'autres, c'est juste une chance de s'amuser.

En conclusion, chacun doit comprendre comment résister au flot de fausses nouvelles et comment neutraliser les conséquences de sa perception. Nous devons non seulement développer une approche adéquate aux informations, mais aussi maîtriser les bases de l'éducation aux médias. Les célébrités, les entreprises diverses et la société sont constamment confrontées à des informations qui affectent leur mode de vie. L'épidémie de fake news oblige le public à porter une attention particulière aux informations qui se répandent de plus en plus sur les réseaux sociaux.

Ouvrages Consultés

La Presse. "Lait «importé» Boycotté: Lactantia Réplique Aux Fausses Informations." La Presse , 17 Oct. 2018, www.lapresse.ca/affaires/economie/agroalimentaire/201810/17/01-5200577-lait-importe-boycotte-lactantia-replique-aux-fausses-informations.php.

Yates, Jeff. "Céline Dion Victime d'une Fausse Nouvelle." Radio-Canada.Ca , 5 Sept. 2017, ici.radio-canada.ca/nouvelle/1054003/celine-dion-victime-fausse-nouvelle-canular-drapeau-americain-macedonienne.