Le langage trompe-t-il ?

Manipulations discursives et médiatiques

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION — BTS 2E ANNÉE



Pourquoi ce chapitre ?

> Le « faux » ne se limite pas à l'erreur factuelle. Il s'immisce dans le langage par les **formulations orientées**, les **omissions**, les **slogans** et les **cadrages** médiatiques.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les fonctions du langage
- Identifier les procédés de manipulation
- Lire les médias de manière critique
- Argumenter et structurer sa pensée

Structure de la séquence

2H **Dire n'est jamais neutre**
Dénotation, connotation et impact des mots.

2H **Convaincre, persuader, manipuler**
Raison vs Émotion : les intentions du discours.

2H **Désinformation et post-vérité**
Mécanismes de propagation et infox.

2H **Écriture d'essai**
Méthodologie et entraînement à l'argumentation.

** Séquence organisée en quatre séances de deux heures pour le BTS 2e année.*

Dire n’est jamais neutre

> **« Le langage ne reflète pas seulement le réel ; il le construit aussi partiellement. »**

Les leviers du sens

Dénotation vs Connotation

Le sens littéral (objectif) face aux valeurs culturelles ou affectives ajoutées (subjectif).

Mot neutre vs Mot orienté

L'usage de termes qui portent en eux un jugement de valeur implicite.

Atténuation vs Dramatisation

Minimiser la portée d'un fait (euphémisme) ou en accentuer la gravité par le lexique.

EXERCICE PÉDAGOGIQUE

Comparer les formulations

Fait : Un changement d'organisation au sein d'une structure professionnelle.

NEUTRE	**« L'organisation modifie son fonctionnement interne. »**
ATTÉNUÉ	**« Nous lançons une optimisation structurelle fluide. »**
DRAMATISÉ	**« Un séisme social secoue violemment les bureaux. »**

Consigne : Repérez les mots qui modifient la perception du fait et proposez une reformulation plus neutre.

Six procédés de manipulation langagière

01 **Euphémisme**

Adoucir une réalité brutale pour la rendre acceptable. *Ex : « Plan de sauvegarde de l'emploi » au lieu de licenciement collectif.*

02 **Omission**

Taire volontairement une information capitale pour modifier la perception globale d'un fait. *Ex : Publicité masquant les effets secondaires.*

03 **Généralisation abusive**

Tirer une conclusion universelle à partir d'un cas particulier ou d'un exemple isolé. *Ex : « Les jeunes ne veulent plus travailler ».*

04 **Faux dilemme**

Réduire une situation complexe à seulement deux options extrêmes et opposées. *Ex : « C'est nous ou le chaos ».*

05 **Appel à l'émotion**

Substituer la peur, l'indignation ou la compassion au raisonnement logique pour court-circuiter l'analyse.

06 **Novlangue**

Appauvrissement volontaire du langage pour empêcher la pensée critique (concept d'Orwell).

Nuance essentielle : L'euphémisme ou l'émotion ne sont pas toujours manipulateurs ; ils le deviennent lorsqu'ils masquent la réalité ou court-circuitent le raisonnement.

Convaincre, persuader, manipuler

Convaincre

S’appuyer sur des raisons et des arguments logiques

Viser une adhésion par la démonstration

ADHÉSION RATIONNELLE

Persuader

Mobiliser les émotions et les valeurs partagées

Chercher à toucher la sensibilité du destinataire

EFFICACITÉ AFFECTIVE

Manipuler

Orienter l’adhésion en cachant le procédé utilisé

Déformer la réalité ou pratiquer l'omission

Priver le destinataire d’éléments utiles au jugement

Court-circuiter le raisonnement par la ruse

ORIENTATION MALVEILLANTE

« À partir de quand un discours devient-il manipulateur ? »

Atelier de classification

Les médias construisent l’information

La fabrication de l'info

Choix éditoriaux

L'information n'est pas un reflet brut : elle résulte d'une sélection d'angles, de titres et de sources.

Mise en scène

L'image et la mise en forme orientent immédiatement la réception du message par le public.

TITRES RACOLEURS / CLICKBAIT

Exagérer ou occulter une partie du contenu réel pour inciter au clic ou provoquer une réaction émotionnelle forte.

CADRAGE / FRAMING

Orienter l'interprétation par le choix lexical (ex: "révolte" vs "émeute"). Le cadre définit ce qu'il faut penser du fait.

SÉLECTION DES SOURCES

Donner la parole à certains acteurs plutôt qu'à d'autres pour créer un consensus ou entretenir un faux débat.

ILLUSTRATION DU CADRAGE DISCURSIF

ANGLE : MOUVEMENT SOCIAL

« Les salariés se mobilisent pour défendre leur pouvoir d'achat. »

MÊME ÉVÉNEMENT

ANGLE : PERTURBATION

« Les usagers subissent les blocages dus à la grève. »

Exemple pédagogique fictif pour l'analyse du discours.

Infox : de quoi parle-t-on ?

DÉFINITION

« Information délibérément fausse, présentée sous une apparence journalistique et diffusée dans l'intention de tromper ou de déstabiliser. »

Infox / Fake News

Désinformation volontaire. Le but est de nuire, manipuler l'opinion ou générer du profit par le clic.

Erreur journalistique

Faute involontaire (mauvaise source, précipitation). Elle est rectifiée dès que le média en prend conscience.

Satire / Parodie

Humour utilisant les codes de la presse pour critiquer. Ne prétend pas être une vérité factuelle.

Opinion

Point de vue subjectif et interprétation personnelle d'un fait. N'est pas une vérité universelle.

Atelier : Classification des messages

ACTIVITÉ D'APPLICATION

1. Une fausse loi annoncée sur un blog imitant un grand journal pour susciter la panique.
2. Une dépêche rectifiée d'urgence suite à une inversion de chiffres dans un budget public.
3. Un article affirmant que les chats ont obtenu le droit de vote sur un site d'humour.
4. Une tribune libre où un citoyen explique pourquoi il juge une réforme injuste.

Consigne : Identifiez la catégorie pour chaque énoncé et justifiez vos critères. *(Exemples pédagogiques fictifs)*

Pourquoi le faux semble crédible et circule vite

Biais de confirmation

Tendance naturelle à accorder plus de crédit aux informations qui confirment nos croyances préexistantes.

Illusion de vérité

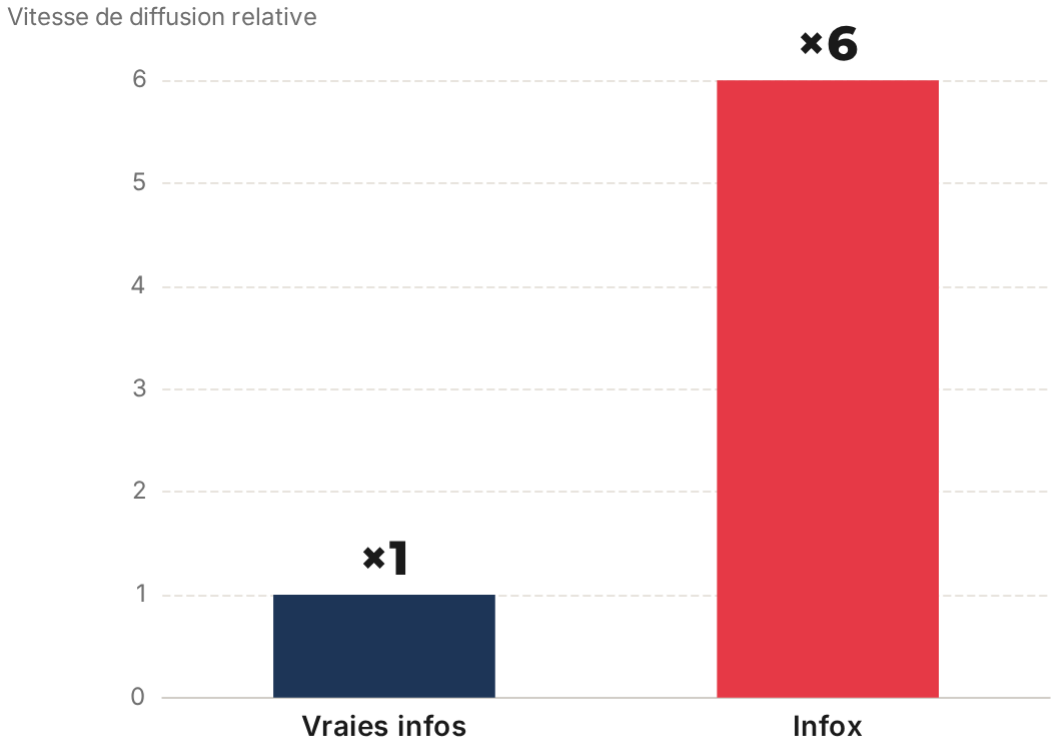
Mécanisme par lequel la répétition d'une information augmente l'impression de véracité, même si elle est fausse.

Validation sociale

Le partage massif et collectif donne l'illusion que l'information a été confirmée par une autorité ou une majorité.

Vitesse de propagation des informations

Source : Vosoughi, Roy & Aral, Science (2018)



Les fausses informations atteignent 1 500 personnes 6 fois plus vite que les vraies, car elles sont plus surprenantes et stimulantes.

Algorithmes, bulles de filtre et chambres d’écho

Les systèmes de recommandation visent l'engagement : ils proposent des contenus susceptibles de retenir l'utilisateur en fonction de ses activités passées.

Bulle de filtre

Exposition privilégiée aux contenus conformes aux opinions préexistantes, isolant l'individu des points de vue divergents.

ELI PARISER, 2011

Chambre d'écho

Environnement où les mêmes idées circulent et se renforcent mutuellement, sans jamais être confrontées à la contradiction.

RENFORCEMENT IDÉOLOGIQUE



Le mécanisme de fragmentation du débat public

PRÉFÉRENCES
Historique et clics antérieurs

RECOMMANDATION
Sélection par l'algorithme

RÉPÉTITION
Exposition continue au même type de contenu

RENFORCEMENT
Validation des opinions préexistantes

FRAGMENTATION
Rupture du dialogue social global

Atelier : analyser un message orienté

Boîte à outils d'analyse

1. Quel est le fait présenté ?

Isoler l'événement brut débarrassé de son jugement.

2. Quels mots dramatisent / atténuent ?

Repérer les connotations et les adjectifs orientés.

3. Qu'est-ce qui est omis ?

Identifier les éléments absents qui nuanceraient le propos.

4. Quelle émotion est sollicitée ?

Peur, colère, indignation ou enthousiasme ?

5. Quelles sources sont citées ?

Vérifier la diversité et la fiabilité des points de vue.

Cas pratique : la manifestation

EXEMPLE PÉDAGOGIQUE FICTIF

Contexte : Un rassemblement de 500 personnes a lieu en centre-ville pour protester contre la fermeture d'un parc public. Quelques ralentissements de circulation sont à noter.

Titre du message	Cadrage / Effet
« Chaos urbain : les grévistes prennent la ville en otage »	DRAMATISATION Lexique de la violence.
« Élan d'espoir : la jeunesse se lève pour son avenir vert »	IDÉALISATION Lexique mélioratif.
« Perturbations du trafic suite à un rassemblement local »	ATTÉNUATION Focus sur les conséquences.

Consigne : Appliquez la méthode des 5 questions aux titres ci-dessus, puis rédigez un titre qui vous semble le plus neutre possible.

Vérifier avant de croire ou de partager

Checklist : Les 5 réflexes du fact-checking

- Vérifier l'auteur et la fiabilité de la source
- Croiser l'information avec d'autres médias sérieux
- Vérifier la date exacte de la publication originale
- Remonter à la source primaire citée dans l'article
- Utiliser la recherche inversée pour les images

Acteurs de référence

- Les Décodeurs (Le Monde)
- CheckNews (Libération)
- AFP Factuel

Outils indispensables pour authentifier les faits.

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Ces pratiques s'inscrivent dans une démarche d'EMI (Éducation aux Médias et à l'Information) pour développer une posture citoyenne et critique face aux flux numériques.

Synthèse et entraînement à l’essai

SUJET D'ESSAI

« Les mots peuvent-ils mentir ? »

Étapes de travail

- Analyser les termes du sujet
- Mobiliser les concepts du cours
- Construire un plan structuré
- Rédiger l'argumentation
- Effectuer une relecture croisée

Critères d'évaluation

- Compréhension du sujet
- Organisation des idées
- Pertinence des exemples
- Qualité de la langue

QUESTION DE TRANSFERT

Peut-on persuader sans manipuler ?

Nommer les procédés

Identifier l'euphémisme, l'omission ou la novlangue pour décrypter les intentions.

Distinguer les intentions

Différencier l'information factuelle, la persuasion affective et la manipulation délibérée.

Vérifier avant d'adhérer

Adopter des réflexes de fact-checking face aux infox et aux biais algorithmiques.