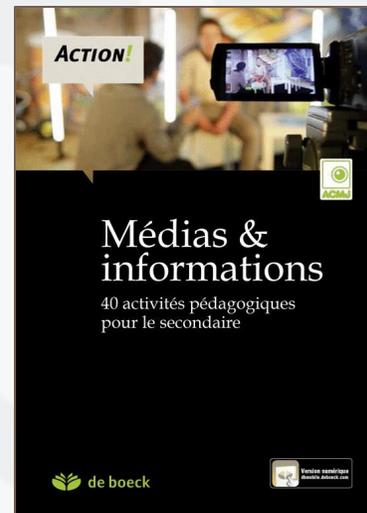
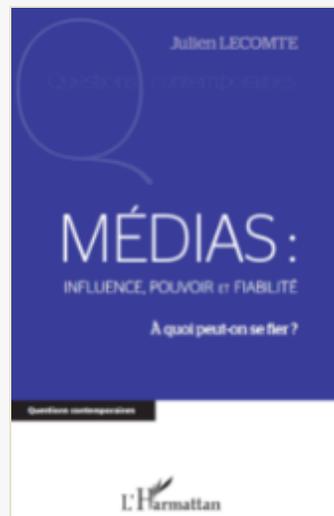


A large, faint, teal-colored logo of a stylized plant with three leaves and a circular base is centered in the background.

ESPRIT CRITIQUE
INFORMER VERSUS CONVAINCRE – COMMENT
ANALYSER LA RHÉTORIQUE DES DISCOURS ?

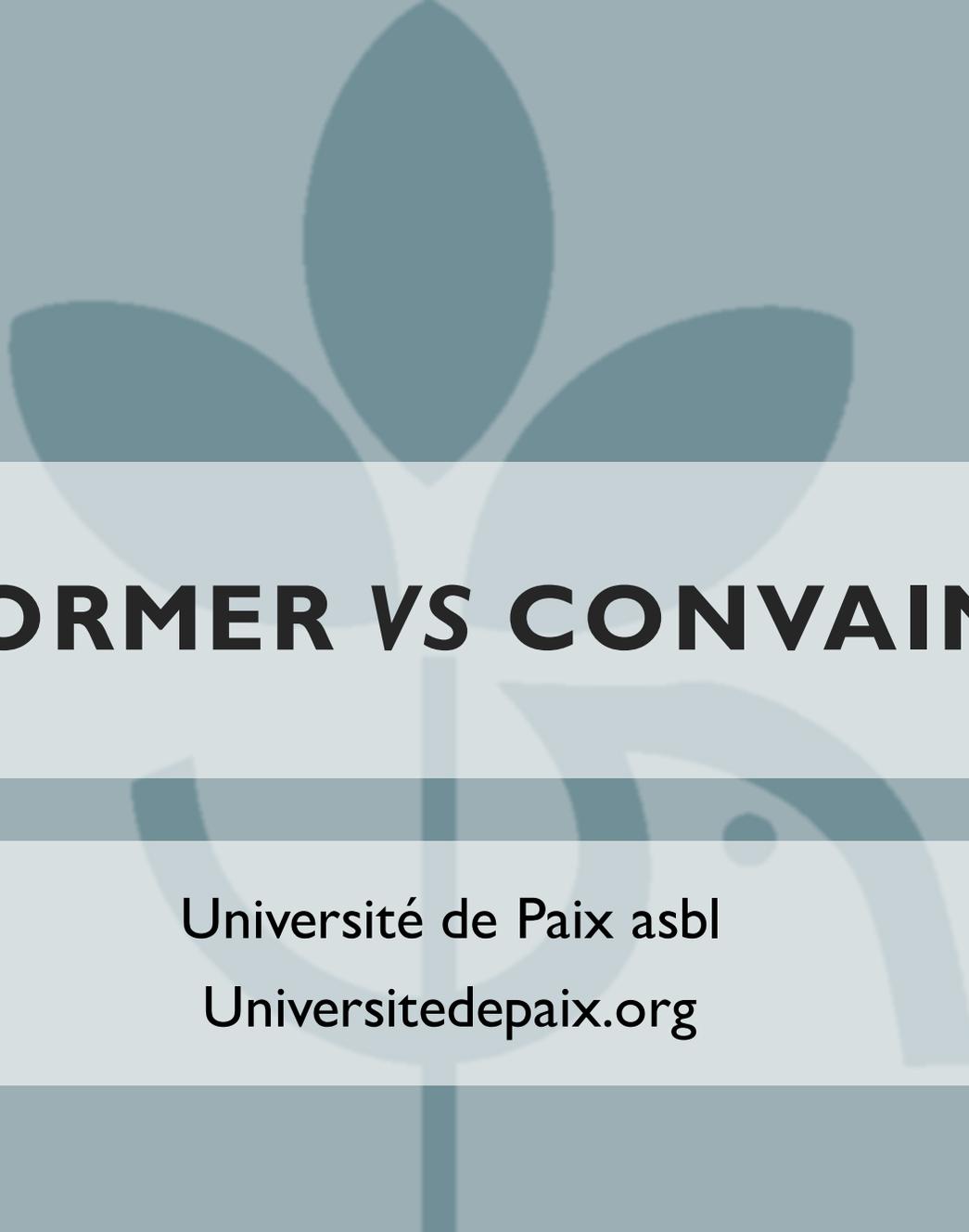
Par Julien Lecomte – Université de Paix asbl
Philomedia.be – Universitedepaix.org

JULIEN LECOMTE
PHILOMEDIA.BE | UNIVERSITEDEPAIX.ORG



PLAN

1. Informer *versus* convaincre
2. Identifier des arguments fallacieux et des biais fréquents
3. Réfuter des arguments fallacieux



I. INFORMER VS CONVAINCRE

Université de Paix asbl
Universitedepaix.org

POLITICAL PSYCHOLOGY IN THE DIGITAL (MIS)INFORMATION AGE: A MODEL OF NEWS BELIEF AND SHARING ([2020](#))

1. **Raisonnement motivé** : fait de se réapproprier les discours de manière biaisée, en fonction de nos opinions préalables
2. **Polarisation** : exacerbation du « nous » contre « eux » dans l'espace public
3. **Idéologie politique conservatrice** : les individus plus réactionnaires colportent davantage de fake news que les progressistes
4. **Exposition répétée** (*illusory truth effect*) + prépondérance chez des individus plus âgés
5. **Réactivité émotionnelle et jugements moraux** : les fake news connotées à ces niveaux sont beaucoup plus virales

AGENDA SETTING (MC COMBS & SHAW) ET ECONOMIE DE L'ATTENTION

- **Systeme 1 vs systeme 2** ([KAHNEMAN](#)) : besoin d'outils pour faire un **tri rapide** (cf. [« Bullshitomètre »](#))
- **Agenda setting** : mise en avant (et occultation) de thèmes dans l'espace public
- **Ligne éditoriale orientée** = indicateur fort de « *biased news sharing* ».

VOLONTÉ DE PERSUASION *VERSUS* FIABILITÉ

« Un élément pour se faire un avis rapide sur un document consiste à vérifier la présence d'intérêts de persuader le public (idéologie, militantisme, publicité / intérêts économiques...) sur une ou plusieurs questions bien spécifiques. Ces éléments informent sur le fait que **la fiabilité n'est pas la valeur première dans la conception du document**. Dans ce cas, sans faire une enquête approfondie, cela doit éveiller la vigilance par rapport au contenu du document ».

([Action Médias Jeunes et Université de Paix asbl](#)).



2. IDENTIFIER DES ARGUMENTS FALLACIEUX ET DES BIAIS FRÉQUENTS

Université de Paix asbl
Universitedepaix.org

COMLOTISME ET CHARGE DE LA PREUVE

Voir aussi : Loi de Brandolini

Voir aussi : Pétition de principe

Voir aussi : Le dragon dans le garage de Carl Sagan et Ann
Dryuan

COMLOTISME ET PÉTITION DE PRINCIPE

- Ne jamais répondre à une attaque sur le contenu, mais **crier à la censure : « c'est bien la preuve qu'on veut nous faire taire » !**
- Utiliser **chaque faille** des versions officielles comme des **preuves supplémentaires du complot : « On ne nous dit pas la vérité ! »**

APPEL AU « BON SENS » ET AU DOUTE :
« FAITES VOS PROPRES RECHERCHES »

« Les moutons » !!!

« Réveillez-vous » !!!

DOUTE RELATIVISTE RADICAL *VERSUS* DOUTE MÉTHODIQUE

- « Faites vos propres recherches » (appel au bon sens)
 - Une remise en cause asymétrique : prétend ne rien affirmer, mais les thèses sont implicites
- « Je dis ça, je dis rien, mais deux avions qui s'écrasent comme par hasard dans des tours le 11 septembre 2001, c'est un peu gros pour que ce soit aussi simple qu'on nous le dit !!! »

APPEL À LA POPULARITÉ / AD POPULUM / SAGESSE POPULAIRE

Cet argument veut que ce que plébiscite **la majorité** des gens correspond nécessairement à la vérité ou au meilleur :
« **puisque tout le monde pense cela, c'est que c'est vrai** ».

Or, dans de nombreux cas, la majorité peut se tromper.

Exemple : il a longtemps été tenu pour vrai que le soleil tournait autour de la Terre.

MIX GÉNÉRALISATION / CORRÉLATION FALLACIEUSE

« 20 individus ont commis un meurtre
Ces individus avaient tous des cheveux
Donc les personnes ayant des cheveux sont des meurtriers »

RÉSUMÉ DES ARGUMENTS FALLACIEUX ET BIAIS EXPLORÉS

Inversion de la charge de la preuve : on affirme sans preuve et c'est à l'autre de prouver le contraire	Pétition de principe : on prend pour acquis ce qu'on veut prouver	Causalité et corrélation (cigogne) : on prend des événements simultanés et on dit que l'un cause l'autre	Généralisation abusive : on fait une généralité arbitrairement sur base de cas particuliers	Appel au bon sens : on met le doute aux autres en leur disant de se renseigner
Ad populum : on affirme que la majorité / le peuple a raison	Epouvantail et pente savonneuse : on agite la peur du pire en exagérant la situation	Autorité : on met en avant le statut de celui qui affirme pour justifier qu'il a raison	Faux dilemme : on met les personnes face à un faux choix en biaisant les deux options	Biais de confirmation : on accorde plus d'importance à ce qui confirme nos idées

ETUDE DE CAS

- « Il y a une plus grande proportion d'individus d'origine étrangère en prison »
- « Le dernier sondage montre que les Français veulent plus de sécurité »
- « Ce Professeur a de nombreux diplômes prestigieux, c'est scandaleux de ne pas l'écouter »
- « La Nasa nous cache des choses, or elle nie, c'est donc bien qu'elle nous cache des choses »
- « Puisque plein de personnes remettent en cause la version officielle des faits, c'est qu'il y a des raisons de se méfier »



3. RÉFUTER DES ARGUMENTS FALLACIEUX

Université de Paix asbl
Universitedepaix.org

VÉRITÉ

Réfutation spécifique, fact checking

Biais et erreurs de raisonnement, rhétorique fallacieuse, sophismes

Logique, validité des raisonnements

Epistémologie, fonctionnement de la connaissance

EXPLICITER LES ÉNONCÉS IMPLICITES

« Une personne d'origine étrangère a encore commis un délit » !

Structure de généralisation abusive :

« Des personnes ont commis des délits

Ces personnes sont d'origine étrangère

Donc les personnes d'origine étrangère sont délictueuses »

⇒ « Voulez-vous dire que toutes les personnes d'origine étrangère sont délictueuses » ?

EXPLICITER LES ÉNONCÉS IMPLICITES

« Telle chercheuse en biogénétique l'a dit » !

Structure d'argument d'autorité :

« Alexandra l'a dit (Y dit P)

Or Alexandra est une biogénéticienne (Y a telle autorité)

Donc c'est vrai / intelligent (P est vrai/intelligent) »

TROUVER UN CONTRE-EXEMPLE (I)

Face aux **arguments ad populum** (« la majorité pense que x, donc x est vrai / mieux »)

Ce n'est pas parce que des personnes d'un groupe donné à une époque donnée a cru quelque chose (par exemple, un mythe), que cette chose est vraie.

Ce n'est pas parce qu'on faisait des transfusions sanguines au hasard, sans connaître l'existence des groupes sanguins, que c'était malin de le faire.

TROUVER UN CONTRE-EXEMPLE (2)

Face à un argument de type « **appel à la nature** » (« si c'est naturel, c'est bien », « ce qui est correspond à ce qui doit être »)

La maladie et la mort sont « naturelles ». Le poison, les ouragans et autres catastrophes font également de bons candidats pour exemplifier des phénomènes « naturels » et néanmoins non souhaitables

TROUVER UN CONTRE-EXEMPLE (3)

Face aux généralisations abusives

Ce n'est pas parce que dix personnes dans la classe aiment le fromage / mangent de la viande que tout le monde aime le fromage / mange de la viande

TROUVER UN CONTRE-EXEMPLE (4)

Face aux arguments d'autorité

Trouver des cas où une personne prestigieuse (dans un domaine) s'est trompée (dans ce domaine, ou ailleurs).

Exemple : chroniqueurs que l'on voit régulièrement à la télévision.

VÉRITÉ DES ÉNONCÉS ET VALIDITÉ DU RAISONNEMENT (I)

- Un **raisonnement valide** est un raisonnement qui, sur base d'énoncés (ou prémisses) vrais, implique nécessairement une conclusion vraie.
- Un raisonnement n'est pas lui-même **vrai** ou **faux**. Ce sont les énoncés qui le composent qui le sont. Le raisonnement est valide ou non-valide.
- « **Tous les chats sont verts, or Jamil est un chat, donc Jamil est vert** » contient un énoncé **faux** dans ses prémisses, mais est un raisonnement **valide**.
- En revanche, « **Les chats sont des mammifères, or Jamil est un mammifère, donc Jamil est un chat** » est un raisonnement **invalide**, même si tous les énoncés qui composent ce raisonnement sont **vrais**.

VÉRITÉ DES ÉNONCÉS ET VALIDITÉ DU RAISONNEMENT (2)

- Le **complotisme, par exemple**, relève d'une **attitude** et pas d'un contenu ou une théorie particulière
- C'est un mode de pensée basé sur des **raisonnements qui ne sont pas valides**
- Ce qu'il faut comprendre, c'est qu'**on peut croire des choses vraies pour de mauvaises raisons**
- Il se peut que les complotistes disent parfois la vérité, mais leur manière de raisonner n'est pas correcte, comme dans l'exemple ci-dessous :

Tous les chats sont des mammifères.

Or, tous les félins sont des mammifères.

Donc, tous les chats sont des félins

(Remplacez le mot « chat » par « chien » et on comprend que le raisonnement n'est pas correct)

MONTREZ L'INCOHÉRENCE OU L'ABSURDITÉ D'UN RAISONNEMENT (I)

- Pour réfuter un argument fallacieux : soit trouver un contre-exemple (montrer que **sa conclusion est fautive**), soit **attaquer la structure du raisonnement, sa validité**
- Lorsque toutes les prémisses d'un raisonnement valide sont vraies, alors sa conclusion doit nécessairement être vraie.
- Autrement dit, si un raisonnement qui se base sur des arguments (prémisses) vrais peut aboutir à des conclusions fausses, c'est qu'il n'est pas correct. **Sa structure n'est pas valide.**
- **L'idée est donc de démontrer que la structure-même du raisonnement est caduque.**

MONTREZ L'INCOHÉRENCE OU L'ABSURDITÉ D'UN RAISONNEMENT (2)

Pétition de principe

« Je mets du sel sur les arbres pour éloigner les éléphants.

- Mais il n'y a pas d'éléphant ?!
- C'est normal, puisque j'ai mis du sel sur les arbres »

Causalité et corrélation

« Les gens mettent des maillots,

La vente de glaces augmente,

Donc les maillots augmentent la consommation de glace »

MONTREZ L'INCOHÉRENCE OU L'ABSURDITÉ D'UN RAISONNEMENT (3)

Généralisation / corrélation abusives

« 20 individus ont commis un meurtre

Ces individus avaient tous des cheveux

Donc les personnes ayant des cheveux sont des meurtriers »

Et en guise de prolongement, la logique formelle...



BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE

Julien Lecomte – Université de Paix asbl
Universitedepaix.org

BIBLIOGRAPHIE (I)

- ACTION MEDIAS JEUNES, UNIVERSITE DE PAIX ASBL, [Critique de l'info : l'outil ultime](#), 2020.
 - KRASODOMSKI-JONES, A., [Talking to Ourselves](#), Demos, 2016.
 - LECOMTE, J., *Nuance ! La puissance du dialogue*, Paris : Les Pérégrines, 2022.
- Sur Philomedia.be :
- [Aimez, indignez-vous, partagez, réagissez... : les injonctions émotionnelles](#), 2016.
 - [Cette expérience sur Facebook va vous surprendre !](#), 2017.
 - [Développer la capacité à changer de point de vue : les enjeux de la « décentration »](#), 2017.
 - [Un mensonge poserait-il problème s'il n'y avait personne pour y croire ?](#), 2017.
 - [T'as laissé ton « esprit critique » au placard !](#), 2017.
 - [Médias : manipulation ! On nous prend pour des...](#), 2018.
 - [Information, émotion et désaccords sur le web...](#), 2018.
 - [Les algorithmes des réseaux sociaux...](#), 2018.
 - [« Fake News » : Pourquoi partageons-nous des contenus faux ?](#), 2019.

BIBLIOGRAPHIE (2)

- MCCOMBS, M.E., SHAW, D.L.. « The Agenda-Setting Function of Mass Media » in Public Opinion Quarterly n°36, 1972, pp. 176-187.
- PETERSEN, M. B., [Partisan Polarization Is the Primary Psychological Motivation behind Political Fake News Sharing on Twitter](#), 2021.
- UNIVERSITE DE PAIX ASBL, [Analyse de l'argumentation complotiste – La rhétorique et les biais complotistes](#), 2017.
- VAN BAVEL, J. J., HARRIS, E. A., PARNAMETS, P., RATHJE, S., DOELL, K., & TUCKER, J. A., [Political psychology in the digital \(mis\)information age: A model of news belief and sharing](#), 2020.



MERCI !

Université de Paix asbl
Universitedepaix.org