

RESUME DU COURS / TD :

L'analyse de discours s'inscrit dans une perspective critique qui vise à interroger la manière dont le langage construit et véhicule des représentations du monde. Dans ce cadre, deux approches complémentaires se dégagent : la démythification et la démystification de l'univers du discours. Ces deux démarches permettent de dépasser la simple compréhension du texte pour en révéler les dimensions idéologiques, symboliques et sociales.

La démythification de l'univers du discours consiste à dévoiler les mythes implicites qui circulent dans la société et qui se cristallisent dans les productions discursives. Inspirée notamment des travaux de Roland Barthes (*Mythologies*, 1957), elle met en évidence comment les discours — qu'ils soient médiatiques, publicitaires ou politiques — naturalisent des représentations collectives et donnent l'impression que certaines visions du monde vont de soi. L'objectif est alors de montrer que le discours n'est jamais neutre, mais qu'il participe à la construction d'un univers symbolique chargé de valeurs.

La démystification, pour sa part, va au-delà du simple dévoilement des mythes pour s'attacher à déconstruire les mécanismes de persuasion, de manipulation ou de domination inscrits dans le langage. Héritière de l'analyse critique du discours (Teun A. van Dijk, Norman Fairclough), cette démarche vise à rendre visibles les stratégies rhétoriques et les rapports de pouvoir qui traversent les interactions verbales. Elle met ainsi en lumière les choix lexicaux, les implicites, les oppositions pronominales ou encore les métaphores qui permettent au discours d'imposer une vision particulière du monde.

En résumé, la démythification nous aide à identifier les mythes que le discours véhicule de manière implicite, tandis que la démystification nous invite à déconstruire les procédés par lesquels le langage produit des effets d'adhésion et d'idéologisation. Ensemble, ces deux approches donnent aux étudiants les outils nécessaires pour analyser le discours de manière critique et développer une posture réflexive face aux messages qui circulent dans l'espace public.



Activités sur la démystification et démystification de discours Master2_SL

Corpus 1 – Discours politique

Emmanuel Macron, allocution du 16 mars 2020 (Covid-19) :

https://www.lemonde.fr/politique/live/2020/03/16/resultats-municipales-2020-en-direct-les-elections-marquees-par-l-epidemie-due-au-coronavirus_6033200_823448.html

« Nous sommes en guerre, certes pas contre une armée, mais l'ennemi est là, invisible, insaisissable. Et nous devons nous mobiliser tous ensemble. »

Questions :

1. Quels choix lexicaux renforcent l'idée d'une menace grave et collective ?
2. Comment le pronom « nous » est-il utilisé pour construire un sentiment d'unité nationale ?
3. Quelles sont les implications de la métaphore de la guerre dans le contexte sanitaire ?
4. Quels effets ce cadrage peut-il produire sur la réception du message par la population ?

corrigé :

1. Les choix lexicaux comme « guerre », « ennemi », « invisible », « insaisissable » renforcent l'idée d'une menace grave, globale et urgente.



2. Le pronom « nous » construit une identité collective qui englobe à la fois les citoyens et l'État, ce qui vise à légitimer une mobilisation générale.
 3. La métaphore guerrière transpose un enjeu sanitaire sur le terrain militaire, ce qui dramatise la situation et justifie des mesures exceptionnelles (confinement, restrictions).
 4. Ce cadrage produit un effet de mobilisation et d'obéissance en incitant la population à accepter les sacrifices nécessaires comme dans un contexte de guerre.
-

Corpus 2 – Discours médiatiques (comparaison presse)

Le Monde (2019) :

« La colère des gilets jaunes s'exprime encore dans la rue, portée par une France périphérique qui refuse de se taire face aux élites parisiennes. »

Le Figaro (2019) :

« Le mouvement des gilets jaunes, en perte de vitesse, semble désormais dominé par la violence et les débordements, éclipsant les revendications sociales initiales. »

Questions :

1. Quels termes montrent un cadrage favorable dans l'article du *Monde* ?
2. Quels termes construisent une image négative dans l'article du *Figaro* ?
3. Comment la sélection des mots influence-t-elle la perception de l'événement ?
4. En quoi ces différences révèlent-elles des positionnements idéologiques implicites ?

corrigé :

1. Dans *Le Monde*, des termes comme « *colère* », « *refuse de se taire* » valorisent l'action des gilets jaunes et soulignent une légitimité sociale.



2. Dans *Le Figaro*, des expressions comme « *perte de vitesse* », « *dominé par la violence* », « *débordements* » construisent une image négative et disqualifient le mouvement.
3. Le choix lexical oriente la perception : le même événement est perçu soit comme une lutte sociale légitime (*Le Monde*), soit comme un désordre dangereux (*Le Figaro*).
4. Ces cadrages révèlent des positionnements idéologiques : *Le Monde* adopte un ton empathique et critique des élites, tandis que *Le Figaro* insiste sur l'ordre et la stabilité.

Corpus 3 – Discours publicitaire

Campagne L'Oréal :

« Offrez-vous l'excellence, parce que vous le valez bien. »

Questions :

1. Quel type d'argument est mobilisé (rationnel, émotionnel, identitaire) ?
2. Comment le discours associe-t-il consommation et valorisation personnelle ?
3. Quels procédés (impératif, adjectifs valorisants) renforcent le message ?
4. En quoi ce slogan contribue-t-il à construire un mythe social (celui de l'individu qui se définit par ce qu'il consomme) ?

corrigé :

1. L'argument mobilisé est identitaire et émotionnel : il flatte l'estime de soi du consommateur.
2. Le discours associe la consommation du produit à une valorisation personnelle : acheter devient un signe de reconnaissance et de mérite.
3. Les procédés linguistiques : l'impératif (« *offrez-vous* »), les adjectifs valorisants (« *excellence* ») et l'assertion finale (« *parce que vous le valez bien* ») renforcent l'effet de persuasion.
4. Ce slogan construit un mythe social : l'individu moderne est défini par sa consommation et se valorise à travers les produits qu'il achète.



Corpus 4 – Discours historique

Nelson Mandela, investiture présidentielle (1994)

« Jamais, jamais et jamais plus ce beau pays ne connaîtra l'oppression de l'un par l'autre, ni ne souffrira l'humiliation d'être le paria du monde. »

Questions :

1. Quelle figure de style est utilisée ici et quel effet produit-elle ?
2. Comment Mandela déconstruit-il le passé d'oppression pour construire une nouvelle identité collective ?
3. Quels rapports de pouvoir sont mis en avant ou renversés par ce discours ?
4. Comment l'usage du registre solennel contribue-t-il à l'efficacité persuasive ?

corrigé :

1. La figure de style est l'anaphore (« *jamais, jamais et jamais plus* »), qui insiste sur la rupture définitive avec le passé.
2. Mandela déconstruit le passé d'oppression en affirmant la fin de la ségrégation, pour fonder une nouvelle identité nationale basée sur l'égalité.
3. Le discours renverse les rapports de pouvoir : l'ancienne majorité opprimée devient porteuse d'un avenir collectif et inclusif.
4. Le registre solennel, marqué par un lexique noble et une cadence oratoire, renforce la force persuasive et symbolique de son message.

Activité 5 – Analyse d'un slogan politique

Discours de campagne présidentielle (France, 2017) :

« En Marche !, c'est la France qui avance, une France ouverte, moderne et confiante. »

Questions :

1. Quels procédés rhétoriques structurent ce slogan ?



2. Comment l'idée de progrès est-elle construite dans le discours ?
3. Quels implicites idéologiques peut-on relever ?
4. Quels effets ce type de slogan cherche-t-il à produire sur l'électorat ?

Corrigé :

1. Les procédés incluent la personnification de la France (« qui avance »), l'énumération de valeurs positives (« ouverte, moderne, confiante ») et l'usage d'un rythme ternaire.
2. L'idée de progrès est construite à travers le mouvement (« *en marche* », « *avance* »), qui suggère un dynamisme collectif.
3. L'implicite est que ceux qui ne soutiennent pas ce mouvement restent immobiles ou en retard, donc contre le progrès.
4. L'effet recherché est de susciter l'adhésion en mobilisant des valeurs universellement perçues comme positives et en associant le vote au progrès national.

Activité 6 – Analyse d'un discours économique

Déclaration d'un dirigeant d'entreprise lors d'une conférence internationale (2021) :
« La mondialisation est une opportunité pour tous. Elle permet la croissance, l'innovation et la prospérité partagée. »

Questions :

1. Quels termes-clés contribuent à construire une vision positive de la mondialisation ?
2. Quels aspects négatifs de la mondialisation sont occultés dans ce discours ?
3. Quelle idéologie sous-tend ce type de formulation ?
4. En quoi ce discours relève-t-il d'une stratégie de persuasion ?

Corrigé :

1. Les termes « *opportunité* », « *croissance* », « *innovation* », « *prospérité partagée* » construisent un cadrage optimiste et valorisant.
2. Les aspects négatifs (inégalités, exploitation, impacts environnementaux) sont totalement absents : le discours pratique une sélection discursive.
3. L'idéologie est celle du néolibéralisme économique, qui présente la mondialisation comme un processus naturel et bénéfique pour tous.
4. La stratégie persuasive repose sur la généralisation (« *pour tous* »), l'effacement des contradictions et l'usage de valeurs consensuelles (prospérité, innovation).

Corpus 7 – Discours médiatique



Extrait (La Dépêche, 2022)

« Face aux violences urbaines, l'État renforce son arsenal sécuritaire afin de protéger les citoyens respectueux des lois. »

Questions :

1. Quel acte de langage est produit ici (promesse, justification, menace) ?
2. Quels implicites ou présupposés apparaissent dans l'opposition *violences urbaines / citoyens respectueux* ?
3. Quels effets perlocutoires ce discours cherche-t-il à provoquer sur les lecteurs (peur, confiance, adhésion) ?
4. Comment reformuler ce discours de manière démystifiée, en distinguant la description de la fonction persuasive ?

Corrigé :

1. Acte de langage : acte promissif et justificatif (l'État promet protection et justifie le renforcement sécuritaire).
2. Implicites : il existe deux catégories de citoyens (les légitimes et les auteurs de troubles).
3. Effet perlocutoire : créer la peur et la confiance en même temps → légitimer la politique sécuritaire.
4. Démystification : *“Le gouvernement annonce un renforcement des mesures de sécurité en réponse aux manifestations urbaines.”*

Corpus 8 – Discours institutionnel

Extrait (Bulletin officiel, 2019)

« L'école de la République a pour mission de former des citoyens libres, égaux et responsables, porteurs des valeurs universelles qui fondent notre démocratie. »

Questions :

1. De quel type d'acte de langage s'agit-il (déclaratif, performatif) ?
2. Quels présupposés idéologiques soutiennent l'énoncé (les valeurs sont universelles et incontestables) ?
3. Quel effet perlocutoire le texte cherche-t-il à obtenir sur le lecteur (adhésion, légitimation) ?
4. Comment démystifier ce discours en montrant sa dimension performative plus que descriptive ?

Corrigé :

1. Acte de langage : déclaratif → institue une mission à l'école.
2. Présupposé : les valeurs républicaines sont universelles et donc “naturelles”.



3. Effet perlocutoire : obtenir l'adhésion des enseignants, renforcer l'autorité de l'institution.
4. Démystification : *“L'école est présentée comme garante des valeurs républicaines, mais ces valeurs relèvent d'une idéologie particulière, non d'une universalité neutre.”*

Corpus 9 – Discours publicitaire

Extrait (Publicité Apple, 2021)

« Avec notre nouvelle tablette, le futur de l'apprentissage est déjà entre vos mains. »

Questions :

1. Quel acte de langage est réalisé (promesse, incitation) ?
2. Quels implicites idéologiques sous-tendent l'énoncé (progrès = technologie) ?
3. Quels effets perlocutoires sont recherchés (séduction, désir, adhésion à une vision de l'école modernisée) ?
4. Comment démystifier ce message en distinguant entre stratégie commerciale et vérité éducative ?

Corrigé :

1. Acte de langage : promesse + acte directif (acheter).
2. Implicites : l'avenir de l'éducation passe nécessairement par la technologie.
3. Effets perlocutoires : séduire enseignants/parents en les rendant acteurs du progrès.
4. Démystification : *“Cette publicité associe progrès scolaire et achat de tablette, mais il s'agit d'une stratégie commerciale et non d'un constat scientifique.”*

Corpus 10 – Discours politique

Extrait (Déclaration ministérielle, 2020)

« Nous avons entendu la souffrance des soignants et nous prenons les mesures nécessaires pour que l'hôpital public retrouve toute sa grandeur. »

Questions :

1. Quel acte de langage domine (reconnaissance, promesse, déclaration politique) ?
2. Quels présupposés s'imposent à travers les termes *souffrance* et *grandeur* ?
3. Quels effets perlocutoires sont recherchés (apaiser, convaincre, susciter la confiance) ?
4. Comment démystifier ce discours en mettant en évidence sa visée persuasive plutôt que descriptive ?



Corrigé :

1. Acte de langage : reconnaissance symbolique + promesse politique.
2. Présupposés : l'hôpital a connu une grandeur passée ; les soignants sont en souffrance généralisée.
3. Effets perlocutoires : apaiser les tensions, redorer l'image du gouvernement.
4. Démystification : "Le ministre affirme vouloir soutenir les hôpitaux et annonce des mesures, mais le discours vise surtout à calmer la contestation et à produire un effet de confiance."

Corpus 10 – Discours médiatique et stéréotypes sociaux

« Les jeunes d'aujourd'hui sont accros aux réseaux sociaux et ne savent plus communiquer dans la vraie vie. » (Article de presse, 2021)

Questions :

1. Quel est l'acte de langage principal (constat, jugement, mise en garde) ?
2. Quels implicites et généralisations sous-tendent cet énoncé ?
3. Quels effets perlocutoires cherche-t-on à produire sur le lecteur (inquiétude, condamnation) ?
4. Proposez une reformulation démystifiée.

Corrigé :

1. Acte de langage : jugement généralisant.
2. Implicite : l'usage du numérique détruit la communication « authentique ».
3. Effet : nourrir un discours alarmiste sur la jeunesse.
4. Reformulation : "Une partie des jeunes consacre beaucoup de temps aux réseaux sociaux ; cela modifie certaines pratiques de communication, mais n'empêche pas d'autres formes d'interactions."

Corpus 12 – Discours politique

« Grâce à nos réformes, nous avons redonné espoir aux citoyens et ouvert une nouvelle ère de prospérité. » (Déclaration ministérielle, 2020)

Questions :

1. Quel type d'acte de langage est mobilisé (auto-valorisation, promesse) ?
2. Quels présupposés sont véhiculés ?



3. Quelle stratégie discursive est utilisée pour légitimer l'action politique ?
4. Comment démystifier ce discours en séparant rhétorique et faits ?

Corrigé :

1. Acte de langage : auto-valorisation + promesse implicite.
2. Présupposés : le passé était négatif ; le gouvernement est le seul garant du progrès.
3. Stratégie : valorisation de l'ethos politique → *nous = sauveurs*.
4. Démystification : *“Le gouvernement affirme avoir mené des réformes, mais l'évaluation de leur impact nécessite des données objectives.”*

Corpus 13 – Discours publicitaire

« Avec notre nouvelle plateforme éducative, vos enfants réussiront mieux à l'école. »
(Publicité, 2022)

Questions :

1. Identifiez l'acte de langage (promesse commerciale).
2. Quels implicites idéologiques sont mobilisés (technologie = réussite) ?
3. Quels effets perlocutoires vise ce message ?
4. Reformulez le discours de manière démystifiée.

Corrigé :

1. Acte : promesse.
2. Implicite : la réussite scolaire dépend uniquement de l'outil numérique.
3. Effet : séduire parents anxieux du succès de leurs enfants.
4. Démystification : *“Cette plateforme offre des ressources éducatives, mais la réussite scolaire dépend de multiples facteurs.”*

Corpus 14 – Discours institutionnel (éducation)

« L'école garantit à tous une égalité parfaite des chances. » (Texte officiel, 2019)

Questions :

1. S'agit-il d'un acte déclaratif ou performatif ?
2. Quels implicites idéologiques sont naturalisés dans cet énoncé ?
3. Quels effets perlocutoires attendus sur l'opinion publique et les enseignants ?
4. Reformulez dans une perspective démystifiée.



Corrigé :

1. Acte : déclaratif et performatif.
2. Implicite : l'égalité est réelle et non un idéal en construction.
3. Effet : légitimer l'institution et rassurer les citoyens.
4. Démystification : *“L'école vise l'égalité des chances, mais cette égalité est relative et soumise à des inégalités sociales persistantes.”*

Corpus 15 – Discours scientifique vulgarisé

« Les bilingues sont toujours plus intelligents que les monolingues. » (Magazine éducatif, 2018)

Questions :

1. Quel acte de langage est réalisé (affirmation généralisante) ?
2. Quels présupposés sont présents ?
3. Quels effets perlocutoires cherche-t-on à produire (valoriser le bilinguisme, séduire le lecteur) ?
4. Reformulez de manière démystifiée et scientifiquement rigoureuse.

Corrigé :

1. Acte : affirmation généralisante.
2. Présupposés : intelligence mesurable et liée directement au bilinguisme.
3. Effet : simplification, séduction du grand public.
4. Démystification : *“Le bilinguisme développe certaines compétences cognitives, mais il ne détermine pas à lui seul le niveau d'intelligence.”*

Corpus 16 – Analyse de discours

Corpus (Déclaration présidentielle, 2020, sur la crise sanitaire)

« Nous avons entendu la colère légitime des citoyens. Certains disent que nous n'agissons pas assez vite ; d'autres pensent que nous en faisons trop. Je le répète : notre priorité reste la protection de chacun. »

Questions :

1. Identifiez les marques de la subjectivité dans l'énoncé (*nous, je*).
2. Quel ethos du locuteur est construit ?
3. (selon Ducrot) :



-Relevez les voix présentes dans le discours (citoyens mécontents, critiques opposées).

-Montrez comment le locuteur intègre ces voix tout en s'en distanciant.

4. Dialogisme (au sens de Bakhtine) :

-Comment le discours se construit-il en réponse à d'autres discours déjà tenus dans l'espace public ?

- Quelles traces de dialogisme interlocutif ou interdiscursif repérez-vous ?

5. Démystification :

-Expliquez en quoi ce discours n'est pas simplement informatif mais stratégique.

-Reformulez l'extrait en version neutre, en effaçant les procédés polyphoniques et l'ethos.

Corrigé :

1. Marqueurs : *nous* → collectif gouvernemental, inclusif mais aussi autorité ; *je* → engagement personnel du président.
2. Ethos : un locuteur à l'écoute (*nous avons entendu*), responsable (*je le répète*), protecteur (*priorité = protection*).

3. Polyphonie

- Voix intégrées :
 - *Certains disent que...* → voix critiques dénonçant lenteur.
 - *D'autres pensent que...* → voix critiques dénonçant excès.
- Stratégie : mise en scène d'une pluralité de points de vue qui semblent tous entendus, mais neutralisés par la voix présidentielle qui tranche (*Je le répète*). → Polyphonie orientée.

4. Dialogisme

- Dialogisme interlocutif : réponse implicite aux critiques médiatiques et citoyennes.
- Dialogisme interdiscursif : inscription dans un débat social plus large sur la gestion de la crise sanitaire.
- Le discours ne se comprend qu'en relation avec d'autres discours circulant dans l'espace public.

5. Démystification

- Dimension stratégique : le discours vise à se poser comme arbitre rationnel entre deux extrêmes, donc comme voix de la sagesse.



- Reformulation neutre :
“Le gouvernement affirme avoir pris en compte les critiques diverses concernant la gestion de la crise et réaffirme que sa priorité est la protection sanitaire.”

