

Comment déceler les partis pris et la propagande

Le parti pris montre une préférence pour une option par rapport à une autre au lieu d'être neutre; il est utilisé pour influencer les gens négativement ou positivement à l'égard d'une idée ou d'un événement.

Le parti pris est basé sur les convictions et les valeurs de la personne ou des personnes impliquées et, par conséquent, sur leur idéologie. Dans les médias, on trouve des partis pris dans les journaux, les magazines, les affiches, les programmes télévisés et sur Internet. Quelqu'un peut dire : « *L'article de journal était biaisé quant aux aspects positifs de l'utilisation des pistolets électriques (Taser gun) par la police et n'a pas tenu compte de ses effets négatifs* ». Cette déclaration suggère que l'auteur de l'article essayait d'influencer les gens pour qu'ils acceptent l'utilisation de ces pistolets par la police, en omettant de mentionner les aspects négatifs de leur utilisation.

Chaque auteur a sa propre attitude, son propre point de vue et sa propre vision du monde. Cependant, les actualités sont censées être objectives. En principe, elles doivent présenter les faits et non tenter d'influencer les lecteurs d'une manière ou d'une autre.

Considère les différentes manières dont un parti pris peut se manifester.

Parti pris découlant de la sélection ou de l'omission :

- En choisissant de couvrir ou non une information spécifique, un média communique ce qu'il croit important pour le public.
- Dans une nouvelle, certains détails peuvent être omis ou inclus pour donner aux lecteurs ou aux téléspectateurs un point de vue particulier sur les événements.
- **Comment déceler le parti pris :** Compare les bulletins d'informations de plusieurs chaînes pour obtenir la nouvelle complète.

Parti pris découlant du placement :

- L'endroit où une nouvelle est placée dans un journal ou dans un bulletin télévisé influence l'importance que lui accordera un lecteur ou un téléspectateur.
- On suppose que la première nouvelle ou les premiers articles sont plus importants que ceux qui sont à la fin du bulletin d'informations ou aux dernières pages du journal.
- **Comment déceler le parti pris :** Compare les bulletins d'informations de différentes chaînes et juge par toi-même de l'importance d'une information.

Parti pris découlant du titre :

- Comme les titres sont la partie la plus lue d'un journal, ces derniers peuvent exprimer l'approbation ou la critique.
- **Comment déceler le parti pris :** Lis l'article en entier pour déterminer si les faits correspondent à l'opinion suggérée par le titre.

Parti pris découlant du choix des mots :

- Dans beaucoup de pays du monde, le terroriste de l'un est le combattant de la liberté de l'autre. Les mots ont des connotations émotionnelles aussi bien que des sens littéraux. En utilisant des mots qui sont chargés d'émotion, l'auteur peut influencer les sentiments de son public.
- **Comment déceler le parti pris :** Porte attention aux connotations des mots. Remplace ceux qui ont une trop forte connotation par des mots plus neutres. Le sens de la nouvelle est-il toujours le même?

Lis l'extrait suivant d'un article intitulé « Le géant d'argile », écrit par le ministre nazi de la Propagande, Joseph Goebbels. Dans cet article publié en novembre 1941, Goebbels traite des chances qu'avait la Grande-Bretagne de gagner la Seconde Guerre mondiale. Comment, par le choix des mots qu'il utilise, Goebbels tente-t-il de provoquer une réponse émotionnelle chez ses lecteurs?

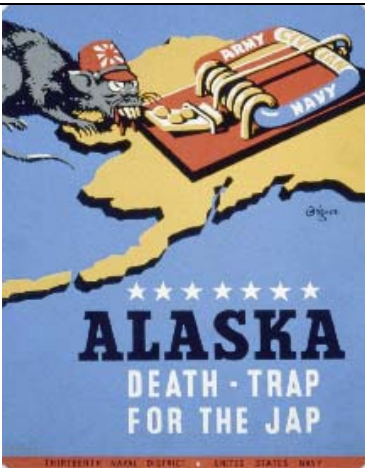
Le premier ministre britannique Winston Churchill, c'est bien connu, est un ami intime de l'alcool. Mais ses relations avec la vérité sont un peu plus tendues. Il a été sur un pied de guerre depuis son entrée dans la vie politique. Il est l'un des menteurs les plus connus du monde. Non seulement les nations neutres et ennemies sourient-elles quand il dit quelque chose, mais les cercles bien renseignés en Angleterre ne peuvent pas non plus réprimer un sourire. Chacun sait comment il additionne ou soustrait, par exemple. En ce moment, il divise les chiffres qui sont défavorables à l'Angleterre par trois, et il multiplie les données qui lui sont favorables par le même nombre.

Courtoisie, Archives de la propagande allemande

Parti pris découlant des photos, des légendes et de l'angle de la prise de vue :

- Les photos peuvent flatter les gens ou les faire mal paraître.
- Les photos choisies peuvent influencer lourdement la perception qu'a le public d'une personne ou d'un événement.
- À la télé, ce choix est encore plus important.
- Les légendes et la narration d'un présentateur télé ou d'un reporter sont également des sources potentielles de partis pris.
- **Comment déceler le parti pris :** Pense à l'attitude transmise par l'image.
- Présente-t-elle un point de vue impartial?

Regarde les images ci-dessous. Estimes-tu qu'elles utilisent une forme de parti pris pour transmettre leur message?

	Affiche allemande, 1918 Le bolchevisme apporte la guerre, le chômage et la famine. Association pour la lutte contre le bolchevisme RÉSUMÉ : L'affiche montre un ange tenant une branche d'olivier devant un groupe de soldats allemands et de civils. Devant l'ange, un communiste soviétique tient un couteau et se prépare à lancer une bombe. © Courtoisie Bibliothèque du Congrès des États-Unis
	Affiche américaine, 1941-1943 Alaska : Piège mortel pour les Japonais RÉSUMÉ : Il s'agit d'une affiche du treizième district naval de la marine américaine. Un rat, représentant le Japon, s'approche d'une souricière sur laquelle on peut lire « forces terrestres, forces navales, civils ». La souricière est placée sur une carte de l'Alaska. © Courtoisie Bibliothèque du Congrès des États-Unis
	Affiche soviétique, années 1940 Le fascisme – c'est la famine! Le fascisme - c'est la terreur! Le fascisme - c'est la guerre! RÉSUMÉ : L'affiche montre une fillette, la main tendue, à côté d'une personne âgée. À l'arrière-plan se trouvent un soldat et quelques bâtiments industriels rouges et à peine visibles, qui représentent possiblement un camp de concentration. © Courtoisie sovietposters.com

Si tu veux en apprendre davantage, lis *Propagandes* de [Jacques Ellul](#), qui est considéré comme l'un des meilleurs livres sur le sujet.

Les présentations multimédias nous entourent.

Chaque fois que nous regardons la télé, que nous voyons un film, que nous louons un DVD ou que nous regardons un clip vidéo sur Internet, nous sommes bombardés par des images et des sons qui nous amusent, nous divertissent et nous éclairent. Ils sont souvent vus par des millions de personnes.

Toutefois, souviens-toi que toutes les formes de médias offrent des visions du monde particulières. Ces dernières sont créées de manière délibérée et atteignent leurs buts par des techniques particulières. Les réalisateurs de films, les producteurs télé, les annonceurs et même les auteurs individuels de clips vidéo qui mettent leurs créations en ligne ont tous des messages à transmettre. Nous devons faire preuve d'esprit critique pour analyser ce que nous voyons et entendons et déterminer si ces messages améliorent notre compréhension du monde.

Les perspectives, les valeurs et les points de vue peuvent être difficiles à déterminer dans les médias. Les présentations dans les médias peuvent être très convaincantes. Alors que les articles ou les images sont généralement créés par des individus, les présentations multimédias, elles, sont souvent conçues par des équipes, dont les membres sont rarement identifiés. Si ces présentations sont diffusées par les médias, elles communiquent des messages généralement commerciaux et représentent les points de vue et les opinions des propriétaires des médias. Ces derniers font la promotion de valeurs sociales, culturelles et politiques sous-jacentes en utilisant différentes techniques.

Les présentations des médias, qui vont des publicités aux nouvelles télévisées, sont des façons puissantes de transmettre des messages. Un film bien réalisé peut sembler naturel et réaliste, mais il a été produit sur la base de centaines, voire de milliers, de décisions prises par les artistes créateurs. **Le son, la musique et d'autres techniques**, notamment les angles des prises de vue, les techniques de montage, l'éclairage, la couleur et le mouvement, peuvent générer des réponses émotionnelles indépendantes de notre esprit critique. Un événement, une fois sur la pellicule, donne au téléspectateur l'impression que ce qu'il voit est la réalité et qu'aucun message sous-jacent n'est véhiculé.

La répétition de ces messages donne plus de pouvoir aux médias. Si on nous répète assez souvent que Monsieur Net est le meilleur produit pour nettoyer nos planchers, ou que le Coke a meilleur goût que le Pepsi, nous commencerons à le croire. Le même phénomène se produit avec les événements qui nous sont rapportés dans les bulletins de nouvelles. Si nous entendons répéter assez souvent qu'il y a des armes nucléaires dans un pays particulier du Moyen-Orient, nous serons plus enclins à aller combattre pour nous protéger d'une éventuelle attaque. Si nous entendons souvent dire que le réchauffement de la planète est un problème que nous devons prendre au sérieux, nous commencerons peut-être à réagir en conséquence.

Analyser ce que nous voyons est important pour déterminer si un raisonnement et des preuves solides sont utilisés pour nous convaincre. Quand nous analysons ce que nous voyons et ce que nous entendons, nous utilisons notre raisonnement pour nous faire notre propre opinion sur le message qui nous est transmis.

Qu'est-ce que regarder d'un œil critique veut dire? Cela ne signifie **pas** qu'il faut chercher ce qui ne va pas dans ce que nous voyons, bien que cela puisse faire partie de notre processus d'analyse. L'observation critique requiert qu'on interrompe son jugement sur un texte jusqu'à ce que l'on ait :

- compris le message;
- évalué les preuves qui le soutiennent;
- analysé le point de vue qu'il présente;
- analysé les techniques de persuasion utilisées pour le transmettre.

Observer les choses d'un œil critique nous permet d'atteindre une compréhension plus profonde d'une question, sans accepter les renseignements erronés ou les messages basés sur des raisonnements et des preuves peu solides.

Mais comment fait-on pour voir les choses d'un œil critique? Comment pouvons-nous savoir si les cinéastes, les producteurs télé ou les annonceurs nous disent la vérité, de manière objective, ou s'ils essaient de nous persuader sans s'appuyer sur des preuves valables? Les présentations multimédias sont complexes. Comment pouvons-nous les analyser?

Commence par le début, utilise une liste de contrôle et pose-toi des questions simples. Parfois, un peu d'introspection ou une discussion avec un camarade de classe ou un enseignant aident à la compréhension.

Avant de commencer :

1. Demande-toi quel est ton **but** lorsque tu observes l'œuvre en question. Qu'espères-tu apprendre?
2. Pense **à ce tu sais déjà** à propos du thème. Si ce que tu vois contredit ce que tu sais, tu devras peut-être regarder plus profondément pour en apprendre davantage.
3. Pense à tes **propres partis pris et points de vue**. Tes opinions sur le sujet nuisent peut-être à ta compréhension.
4. Souviens-toi que **les images et la musique** ont un effet puissant sur tes émotions. Fais en sorte que ces sentiments n'influencent pas ton esprit critique.

Lorsque tu regardes et que tu réfléchis, pose-toi les questions suivantes :

1. Quel est le **contexte** dans lequel le message a été produit? A-t-il été écrit pour une audience spécifique, pour un groupe culturel, ou à un moment particulier de l'histoire qui aurait pu l'influencer?
2. Quel est le **message** que l'équipe de production essaie de véhiculer?
3. Quel est le **sujet** de la présentation? Qui est impliqué, qu'est-il arrivé, quand, où et pourquoi l'événement s'est-il produit?
4. Quelles **techniques** sont utilisées dans cette présentation? Comment le choix des angles des prises de vue, la manière de tourner, le montage, le mouvement, la couleur, la musique et le son affectent-ils ta compréhension?
5. Le **point de vue** ou **la vision du monde** de quelles personnes sont représentés? Quel point de vue est omis?
6. **Des preuves** sont-elles utilisées pour soutenir les idées? Si c'est le cas, sont-elles basées sur des études scientifiques et des recherches, ou ne sont-elles qu'anecdotiques? La **source** est-elle **identifiée**? Est-ce une source crédible? Est-elle actuelle? La position est-elle soutenue par des **généralisations**, des **déductions** ou des **hypothèses**?
7. Quel est le **ton** ou **l'attitude** de l'équipe de production à l'égard du sujet?
8. Y a-t-il un **message sous-jacent**?
9. Où peux-tu en **apprendre davantage**? Est-il possible d'obtenir plus de renseignements, dans la présentation même, dans son emballage, ou encore en faisant des recherches?
10. La présentation **te permet-elle de mieux comprendre le sujet**?



Visionne cette bande vidéo sur [YouTube](#) à

1. Quel est le **contexte** dans lequel le message a été produit?
2. Quel est le **message** de ce clip vidéo?
3. Quel est le **sujet** de la présentation?
4. Quelles **techniques** sont utilisées dans cette présentation?
5. Quels **points de vue** ou **visions du monde** sont présentés?
6. **Des preuves** ou des statistiques sont-elles utilisées pour appuyer les idées?
7. Quel **ton** ou **attitude** sont employés à l'égard du sujet?
8. Quel **message sous-jacent sous-tend** cette présentation?
9. Où puis-je en **apprendre davantage**?
10. Cette présentation m'a-t-elle permis de mieux comprendre la mondialisation?

Voici les réponses d'un élève.

Une vidéo à propos de Nike, le fabricant de vêtements et d'équipements sportifs, produite par Josh Conley, un élève de l'Université de l'Iowa :

Réponse d'un élève –

Quel est le contexte dans lequel le message a été produit?	<i>Cette vidéo a été diffusée sur YouTube, qui a une audience générale parmi les utilisateurs d'Internet. Après une recherche plus approfondie, j'ai constaté qu'elle a été produite dans le cadre d'un cours à l'Université de l'Iowa. Sa première audience était donc le professeur, mais étant donné qu'elle a été mise en ligne, ses créateurs visaient évidemment une plus large audience. Ils ont aussi programmé un lien où les gens peuvent la télécharger, donc ils devaient vouloir que beaucoup de personnes la voient. Étant donné qu'elle est seulement disponible en ligne, seuls les gens qui ont accès à Internet peuvent la visionner.</i>
Quel est le message de cette vidéo?	<i>Le message est que Nike engage des personnes dans les pays en voie de développement pour fabriquer ses produits et qu'elle ne leur donne pas un salaire adéquat.</i>
Quel est le sujet de la présentation?	<i>Le sujet est Nike et ses employés.</i>
Quelles techniques sont utilisées dans cette présentation?	<i>Utilisation de la langue - Elle joue sur l'image de Nike, en utilisant des mots tels que sacrifice, endurance et détermination. Type de tournage – Images fixes, quelques gros plans sur les visages, notamment des plans très rapprochés d'un front en sueur d'un Noir, jouant sur le format de Nike et des plans plus longs sur les travailleurs. Montage – Mouvement rapide entre les diapos et les images de travailleurs exploités. Couleur - Orange, la couleur qu'utilise Nike elle-même. Musique - Musique rap, utilisant des paroles, sur un ton fâché, pour décrire comment les travailleurs sont sous-évalués; il s'agit peut-être d'Eminem (?) Références – La vidéo imite le style des publicités que Nike diffuse à la télé et sur son site Web, ce qui rend la présentation ironique.</i>
Quels points de vue ou visions du monde sont présentés?	<i>C'est la vision du monde d'un citoyen d'un pays occidental industrialisé qui ne croit pas que les gens des pays en voie de développement doivent être exploités par les multinationales. Le point de vue des propriétaires de Nike, qui croient évidemment en ce qu'ils font, n'est pas montré. Par ailleurs, même s'il essaie de prendre la défense des ouvriers exploités de Nike, il ne peut pas donner leur point de vue parce qu'il n'est pas l'un des leurs.</i>
Des preuves ou des statistiques sont-elles utilisées pour soutenir les idées?	<i>Il dit que les travailleurs reçoivent 1,60 \$ par jour et qu'ils travaillent sept jours par semaine, 12 heures par jour, mais il ne précise pas l'endroit où il a obtenu cette information.</i>
Quel ton ou attitude sont utilisés à l'égard du sujet?	<i>Furieux. On le voit à cause de la musique, qui devient de</i>

	<i>plus en plus forte à mesure que la vidéo joue, et à cause des images des pauvres gens qui travaillent dans des ateliers de misère. Les mots utilisés dans la chanson et dans le texte le démontrent aussi.</i>
Y a-t-il un message sous-jacent derrière cette vidéo?	<i>Elle dit que Nike exploite ses travailleurs. Il pourrait y avoir un message sous-jacent dans l'ironie de cette vidéo, parce que beaucoup d'entre nous, dans le monde développé, achetons les produits de Nike après avoir vu ses publicités qui nous disent qu'il est bon que nous ayons de la détermination et de l'endurance pour survivre. Par contre, nous nous entraînons pour nous amuser ou pour être en bonne forme, alors que les gens qui fabriquent les produits que nous utilisons pour nous divertir souffrent vraiment pour que nous ayons des produits dont nous n'avons pas vraiment besoin. Cela pourrait juste être mon point de vue!</i>
Où puis-je en apprendre davantage ?	<i>J'ai trouvé beaucoup de sites Web qui parlent de la manière dont Nike utilise des ateliers de misère pour produire ses marchandises et exploiter des travailleurs. En voici un exemple : http://www.educationforjustice.org/stopnikesweatshops.htm.</i>
Cette présentation m'a-t-elle permis de mieux comprendre la mondialisation?	<i>Oui. Bien que beaucoup de techniques de persuasion soient utilisées, je crois qu'elle m'a aidé à penser aux travailleurs qui fabriquent les produits que j'utilise. D'habitude, je pense seulement aux prix et à ce que je veux – et beaucoup moins à la justice ou à l'impact de mes actions sur les personnes qui font ces produits.</i>

Utilise la liste de contrôle et le tableau suivants pour orienter ton observation. Tu peux photocopier ces tableaux.

Avant que je visionne :	Mes réponses :
But Qu'est-ce que je veux apprendre en regardant cette présentation?	
Connaissance précédente Qu'est-ce que je sais déjà à propos de ce thème ?	
Point de vue Quel est mon point de vue sur la question et comment pourrait-il interférer dans mon analyse?	
En visionnant et en réfléchissant :	
Contexte Quel est le contexte social, culturel et historique dans lequel cette présentation a été créée?	
Message Quel est le message de cette présentation? Sujet 1. Qu'est-ce qui est arrivé? 2. Qui sont les gens dans l'histoire? 3. Où et quand est-ce arrivé? 4. Pourquoi est-ce arrivé? Techniques Comment les techniques de production du média ont-elles contribué au message (les angles de la caméra, les types de plans de caméra, le mouvement, le montage, les effets sonores et la musique, les références et l'utilisation de la langue)?	
Point de vue Quelle vision du monde ou quel point de vue est présenté?	
Raisonnement et preuves Quel raisonnement et quelles preuves soutiennent le message?	
Ton Quelle attitude est adoptée à l'égard du sujet?	
Message sous-entendu Quel est le message sous-jacent, s'il y en a un?	
Cette présentation m'a-t-elle permis de mieux comprendre?	

Avant que je visionne :	
1. But	
2. Connaissance précédente	
3. Point de vue	
Pendant que je visionne :	
1. Contexte	
2. Message	
Sujet 1. Qui 2. Quoi 3. Quand 4. Où 5. Pourquoi	
Techniques Les angles et les plans de la caméra, le mouvement, le montage, le son, la musique, les références ou la musique	
Point de vue	
Raisonnement et preuves	
Ton	
Message sous-jacent	
Cette présentation m'a-t-elle permis de mieux comprendre?	