

Synthèse simplifiée — Rhétorique et communication avancée

Objectif de ce document : comprendre les grandes notions du cours avec un vocabulaire plus simple, des exemples clairs et une mise en page facile à relire avant l'examen.

1. La rhétorique, c'est quoi ?

La **rhétorique**, c'est l'art d'utiliser les mots pour produire un effet sur les autres.

Elle sert à :

- convaincre ;
- persuader ;
- émouvoir ;
- impressionner ;
- faire rire ;
- faire retenir une phrase ;
- donner une bonne image de soi ;
- créer une phrase forte, une punchline ou un slogan.

Exemples de phrases qui restent en mémoire

- « I have a dream »
- « Yes we can »
- « Un grand pouvoir implique de grandes responsabilités »
- « OK boomer »

Ces phrases fonctionnent souvent parce qu'elles sont **courtes, simples, rythmées, émotionnelles** ou liées à un **contexte fort**.

2. Convaincre ou persuader

Notion	Définition simple	Exemple
Convaincre	Faire adhérer quelqu'un avec des arguments logiques.	« Il faut dormir assez, car le manque de sommeil diminue la concentration. »
Persuader	Faire adhérer quelqu'un avec la logique, mais aussi avec les émotions, le style et l'image de celui qui parle.	« Dormir assez, ce n'est pas un luxe : c'est protéger sa santé et les autres. »

À retenir

Convaincre = parler à la raison.

Persuader = parler à la raison **et** aux émotions.

3. Logos, pathos, ethos, hexis

Ces quatre notions servent à analyser presque tous les discours.

3.1 Logos = les arguments

Le **logos**, c'est la partie rationnelle du discours.

C'est ce qu'on dit pour que cela semble logique.

Exemple :

Cette voiture consomme peu, coûte moins cher et pollue moins.

Ici, on donne des raisons : c'est du **logos**.

3.2 Pathos = les émotions

Le **pathos**, c'est tout ce qui touche les émotions.

Il peut provoquer :

- la peur ;
- la tristesse ;
- la colère ;
- la compassion ;
- l'admiration ;
- l'envie ;
- l'indignation.

Exemple :

Imaginez un enfant seul, abandonné, sans aide.

Ici, l'objectif est de faire ressentir quelque chose : c'est du **pathos**.

3.3 Ethos = l'image de celui qui parle

L'**ethos**, c'est l'image que l'orateur donne de lui-même dans son discours.

Il peut vouloir paraître :

- sérieux ;
- honnête ;
- intelligent ;
- proche du peuple ;

- drôle ;
- courageux ;
- expert ;
- rebelle.

Exemple :

Je vais être franc avec vous.

Cette phrase donne une image de personne sincère.

Attention : l'ethos n'est pas forcément la vraie personnalité de quelqu'un. C'est l'image qu'il construit dans son discours.

3.4 Hexis = le corps, les vêtements, la posture

L'**hexis**, c'est l'image donnée par :

- les vêtements ;
- la gestuelle ;
- la posture ;
- la manière de se tenir ;
- la manière d'occuper l'espace.

Exemples :

Personne	Hexis
De Gaulle	posture droite, solennelle, distante
Steve Jobs	col roulé, style simple, moderne, accessible
Coluche	posture relâchée, clownesque, populaire

Différence importante

Ethos	Hexis
Image donnée par les mots.	Image donnée par le corps et l'apparence.

4. Les figures de style expliquées simplement

Les figures de style sont des façons particulières d'utiliser les mots pour créer un effet.

4.1 Métaphore

Une **métaphore**, c'est quand on dit qu'une chose est une autre chose, sans utiliser « comme ».

Exemple :

Cette femme est un soleil.

Cela ne veut pas dire qu'elle est vraiment un soleil. Cela veut dire qu'elle apporte de la joie, de la chaleur ou de la lumière.

4.2 Comparaison

Une **comparaison**, c'est quand on rapproche deux choses avec un mot comme :

- comme ;
- tel ;
- pareil à ;
- semblable à.

Exemple :

Il est fort comme un lion.

Différence métaphore / comparaison

Métaphore	Comparaison
« Il est un lion. »	« Il est comme un lion. »

4.3 Métonymie

Une **métonymie**, c'est quand on remplace un mot par un autre mot qui a un lien proche avec lui.

Exemple :

Boire un verre.

On ne boit pas vraiment le verre. On boit ce qu'il y a dedans.

Autre exemple :

Le Kremlin a répondu.

Ce n'est pas le bâtiment qui répond, mais le gouvernement russe.

4.4 Synecdoque

La **synecdoque**, c'est quand on utilise une partie pour parler du tout.

Exemples :

Il faut nourrir dix bouches.

Trouver un toit.

Les « bouches » désignent des personnes. Le « toit » désigne un logement.

Différence métonymie / synecdoque

Métonymie	Synecdoque
Remplacement par un mot lié.	Une partie représente le tout.
« Boire un verre. »	« Des bouches à nourrir. »

4.5 Hyperbole

Une **hyperbole**, c'est une exagération.

Exemple :

Je suis mort de fatigue.

La personne n'est pas vraiment morte. Elle veut dire qu'elle est très fatiguée.

4.6 Anaphore

Une **anaphore**, c'est la répétition d'un mot ou d'un groupe de mots au début de plusieurs phrases ou segments.

Exemple :

Paris outragé ! Paris brisé ! Paris martyrisé ! Mais Paris libéré !

La répétition donne du rythme et rend la phrase plus forte.

4.7 Personnification

La **personnification**, c'est donner des caractéristiques humaines à quelque chose qui n'est pas humain.

Exemple :

La planète souffre.

La planète ne souffre pas comme un humain, mais l'image permet de montrer qu'elle est abîmée.

4.8 Oxymore

Un **oxymore**, c'est quand on met ensemble deux mots qui se contredisent.

Exemples :

Un silence assourdissant.

Une obscure clarté.

Cela crée un effet surprenant.

4.9 Zeugme

Un **zeugme**, c'est quand un même mot sert pour deux éléments qui ne vont pas normalement ensemble.

Exemple :

Il a pris son manteau et une décision.

On peut prendre un manteau physiquement. Mais « prendre une décision » est abstrait.

Le mélange crée souvent un effet drôle ou élégant.

4.10 Ironie

L'**ironie**, c'est dire quelque chose en faisant comprendre qu'on pense autre chose, souvent pour critiquer ou se moquer.

Exemple :

Quelqu'un arrive très en retard et on lui dit :

Bravo, quelle ponctualité !

On ne veut pas vraiment dire qu'il est ponctuel. On critique son retard.

Attention : l'ironie n'est pas seulement « dire le contraire ». C'est souvent faire entendre une autre voix, une voix qu'on imite ou qu'on critique.

5. Les stéréotypes

Un **stéréotype**, c'est une image simplifiée qu'on a d'un groupe, d'un métier, d'un pays, d'un genre ou d'un type de personne.

Exemples

- le geek toujours devant son ordinateur ;
- l'Italien romantique ;
- le politicien menteur ;
- le professeur sérieux ;
- le mafieux sicilien ;
- le Français râleur.

Le stéréotype peut aider à comprendre rapidement, mais il peut aussi devenir dangereux s'il enferme les gens dans une image trop simple.

6. Stéréotype ou préjugé ?

Notion	Définition simple	Exemple
Stéréotype	Image mentale simplifiée.	« Les Italiens parlent avec les mains. »
Préjugé	Jugement basé sur un stéréotype.	« Il est italien, donc il doit forcément être jaloux. »

À retenir

Le stéréotype est une image.

Le préjugé est un jugement ou une attitude à partir de cette image.

7. Les trois types de stéréotypes

7.1 Stéréotype rhétorique

C'est une formule toute faite.

Exemples :

- « Au jour d'aujourd'hui »
 - « Ainsi va la vie »
 - « Tourner la page »
-

7.2 Lieu commun

C'est une idée très partagée, souvent sous forme de maxime ou de phrase générale.

Exemples :

- « Qui ne tente rien n'a rien »
 - « La vie est injuste »
 - « Il faut respecter les autres »
-

7.3 Stéréotype culturel ou représentationnel

C'est une image simplifiée d'un groupe ou d'une culture.

Exemples :

- le Français râleur ;
 - le riche arrogant ;
 - le policier autoritaire ;
 - le geek asocial.
-

8. La citation

Une **citation**, c'est quand on reprend une phrase déjà dite ou écrite par quelqu'un d'autre.

Exemple :

Comme disait Churchill : « We shall never surrender. »

La citation donne souvent plus de force à ce qu'on dit, parce qu'on s'appuie sur une autre voix.

9. Aphorisation et surassertion

9.1 Aphorisation

L'**aphorisation**, c'est le fait de transformer une phrase en formule courte, mémorable, facile à citer.

Exemple :

Les cons, ça ose tout. C'est même à ça qu'on les reconnaît.

Cette phrase vient des *Tontons flingueurs*, mais elle circule presque comme un proverbe.

9.2 Surassertion

La **surassertion**, c'est quand une phrase est construite pour pouvoir être détachée et retenue.

Une phrase surassertée est souvent :

- courte ;
- frappante ;
- générale ;
- drôle ou forte ;
- facile à reprendre.

Exemple :

Yes we can.

10. Le second degré

Le **second degré**, c'est quand il ne faut pas comprendre une phrase au sens direct.

Exemple :

Super, encore une panne !

La personne ne trouve pas vraiment cela super. Elle exprime son énervement.

Le second degré peut servir à :

- faire rire ;
- critiquer ;
- créer une complicité ;

- provoquer ;
 - détourner un discours.
-

11. Le kitsch

Le **kitsch**, c'est le mauvais goût assumé avec humour ou nostalgie.

Exemples

- chanter Dalida au karaoké ;
- porter un objet très ringard avec fierté ;
- aimer une vieille série ridicule au second degré ;
- collectionner des objets rétro.

Le kitsch fonctionne parce qu'on aime quelque chose tout en sachant que c'est exagéré, ringard ou artificiel.

12. Le mème

Un **mème**, c'est une image, une phrase ou une blague qui circule sur Internet et que les gens reprennent, modifient ou détournent.

Un mème utilise souvent :

- une citation ;
- un stéréotype ;
- de l'ironie ;
- une image connue ;
- une situation reconnaissable.

Exemple :

Chuck Norris ne dort pas. Il attend.

C'est drôle parce que cela exagère son image de personnage invincible.

13. Résumé ultra simple des notions importantes

Notion	Version simple
Rhétorique	Art de bien parler pour produire un effet.
Convaincre	Faire adhérer avec la logique.
Persuader	Faire adhérer avec logique + émotion + image.
Logos	Les arguments.
Pathos	Les émotions.
Ethos	L'image donnée par celui qui parle.
Hexis	Le corps, les vêtements, la posture.
Métaphore	Dire qu'une chose est une autre chose.
Comparaison	Comparer avec « comme ».
Métonymie	Remplacer par un mot lié.
Synecdoque	Une partie pour le tout.
Hyperbole	Exagération.
Anaphore	Répétition en début de phrase.
Personnification	Donner des traits humains à une chose.
Oxymore	Deux mots contradictoires ensemble.
Zeugme	Un même mot pour deux idées différentes.
Ironie	Dire une chose en faisant comprendre autre chose.
Stéréotype	Image simplifiée d'un groupe ou d'une chose.
Préjugé	Jugement basé sur un stéréotype.
Citation	Phrase reprise d'ailleurs.
Aphorisation	Phrase devenue formule mémorable.
Surassertion	Phrase conçue pour être retenue.
Mème	Image ou phrase reprise et détournée sur Internet.
Kitsch	Mauvais goût assumé avec humour.

14. Méthode simple pour analyser un document à l'examen

Quand tu reçois un texte, une publicité, un mème, un slogan ou un extrait, tu peux suivre cette méthode.

Étape 1 — Identifier le document

Pose-toi ces questions :

- C'est quoi ? Une pub, un discours, un mème, une chanson, un extrait de roman ?
 - Qui parle ?
 - À qui ?
 - Dans quel contexte ?
 - Sur quel support ?
-

Étape 2 — Chercher le logos, le pathos et l'éthos

Question	Notion
Quels sont les arguments ?	Logos
Quelles émotions sont provoquées ?	Pathos
Quelle image donne celui qui parle ?	Ethos
Quelle image donnent les vêtements, le corps ou la posture ?	Hexis

Étape 3 — Repérer les figures de style

Cherche s'il y a :

- une métaphore ;
 - une comparaison ;
 - une hyperbole ;
 - une anaphore ;
 - une ironie ;
 - un oxymore ;
 - une personnification ;
 - une métonymie ;
 - une synecdoque ;
 - un zeugme.
-

Étape 4 — Chercher les stéréotypes

Pose-toi ces questions :

- Y a-t-il une image simplifiée d'un groupe ?
- Est-elle utilisée sérieusement ?
- Est-elle utilisée au second degré ?

- Est-ce drôle, critique ou problématique ?
-

Étape 5 — Chercher les citations ou références

Pose-toi ces questions :

- Est-ce que le texte reprend une phrase connue ?
 - Est-ce que cela crée une complicité avec le public ?
 - Est-ce que la citation est sérieuse, détournée ou ironique ?
-

Étape 6 — Conclure sur l'effet produit

Demande-toi :

- Le document veut-il convaincre ?
 - Faire rire ?
 - Émouvoir ?
 - Critiquer ?
 - Créer une communauté ?
 - Faire retenir une phrase ?
-

15. Les distinctions à bien retenir

Métaphore / comparaison

Métaphore	Comparaison
« Tu es un ange. »	« Tu es comme un ange. »
Pas de mot de comparaison.	Présence d'un mot comme « comme ».

Métonymie / synecdoque

Métonymie	Synecdoque
Remplacement par un mot lié.	Une partie représente le tout.
« Boire un verre. »	« Des bouches à nourrir. »

Stéréotype / préjugé

Stéréotype	Préjugé
Image simplifiée.	Jugement basé sur cette image.
« Les jeunes sont connectés. »	« Il est jeune, donc il ne sait pas travailler sérieusement. »

Ethos / hexis

Ethos	Hexis
Image donnée par les mots.	Image donnée par le corps, les vêtements et la posture.

Ironie / mensonge

Ironie	Mensonge
On dit une chose en laissant comprendre qu'il faut l'interpréter autrement.	On cache volontairement la vérité.
Peut être drôle ou critique.	Cherche à tromper.

16. Mini-fiches de révision rapides

Fiche 1 — Logos / Pathos / Ethos

Question à poser	Réponse attendue
Qu'est-ce qui est dit rationnellement ?	Logos
Quelle émotion est provoquée ?	Pathos
Quelle image donne celui qui parle ?	Ethos

Fiche 2 — Figures de style principales

Figure	Question pour la repérer
Métaphore	Est-ce qu'une chose est présentée comme une autre ?
Comparaison	Y a-t-il « comme » ?
Hyperbole	Est-ce exagéré ?
Anaphore	Y a-t-il une répétition au début ?
Oxymore	Deux mots opposés sont-ils associés ?
Personnification	Une chose non humaine agit-elle comme un humain ?
Ironie	Faut-il comprendre autre chose que ce qui est dit ?

Fiche 3 — Stéréotypes

Question	À vérifier
De quel groupe parle-t-on ?	Nationalité, genre, métier, classe sociale, génération...
Quelle image simplifiée est utilisée ?	Exemple : geek, beauf, politicien, étranger...
Est-ce au premier ou au second degré ?	Sérieux, humour, parodie, critique...
Quel effet cela produit-il ?	Rire, critique, malaise, connivence...

17. Conclusion générale simplifiée

Ce cours montre que les discours ne fonctionnent pas seulement grâce aux idées.

Ils fonctionnent aussi grâce :

- au style ;
- aux émotions ;
- à l'image de celui qui parle ;
- aux figures de style ;
- aux stéréotypes ;
- aux citations ;
- à l'ironie ;
- aux références culturelles.

Pour réussir l'examen, il faut surtout savoir repérer :

1. **ce qui est dit** : le logos ;
2. **ce que cela fait ressentir** : le pathos ;

3. **quelle image donne celui qui parle** : l'ethos ;
 4. **comment il se présente physiquement** : l'hexis ;
 5. **quels procédés de style sont utilisés** ;
 6. **quels codes culturels sont mobilisés** : stéréotypes, citations, mèmes, références.
-

À retenir en une phrase

La rhétorique, c'est comprendre comment un discours agit sur nous : par les arguments, les émotions, l'image de celui qui parle, les figures de style et les références culturelles.