

**Bonheur et malheur des hyperboles.
Les effets de l'exagération
dans l'interprétation des énoncés**

Laurent Perrin
Université de Lausanne

Selon un mot de La Bruyère «L'hyperbole exprime au-delà de la vérité pour amener l'esprit à la mieux connaître» (1975, p. 40). Pour Fontanier également, l'hyperbole consiste à outrepasser la vérité, «dans la vue non de tromper, mais d'amener à la vérité même, et de fixer par ce qu'elle dit d'incroyable, ce qu'il faut réellement croire» (1977, p. 123). A première vue, cette figure repose sur un paradoxe : la vérité ne semble y être travestie que pour être mieux proclamée. Le paradoxe n'est qu'apparent. Dans la tradition rhétorique, l'hyperbole n'est pas une simple exagération¹. Elle consiste bien à exagérer, mais il faut que cette exagération réponde à des critères de vraisemblance et de légitimité : «L'hyperbole, en passant la croyance, ne doit pas passer la mesure; elle ne doit pas heurter la vraisemblance en heurtant la vérité» (Fontanier, *ibid.* p. 124).

L'hyperbole est cependant instable, vulnérable, souvent perçue comme une vulgaire exagération; elle est alors jugée malheureuse. Toute hyperbole vise à remplir certaines conditions susceptibles de faire son bonheur, mais elle s'expose également à échouer dans cette entreprise. L'opposition entre hyperbole heureuse et malheureuse correspond, tout simplement, à une opposition entre hyperbole et exagération. En partant du constat qu'une telle figure peut donc être jugée heureuse ou malheureuse, je tente ici de déterminer quelles sont les raisons de son bonheur aux yeux de l'interprète. Je me fonderai tout d'abord sur la définition traditionnelle de l'hyperbole, sans sortir du cadre de la théorie des figures en rhétorique classique. Je tenterai ensuite de réinvestir le phénomène en le mettant à l'épreuve de deux conceptions récentes des faits pragmatiques.

. L'hyperbole comme figure

A l'époque classique (par exemple chez Dumarsais, Fontanier), la rhétorique analyse les figures du discours, et notamment les tropes. Elle s'intéresse ainsi aux différents modes de communication implicite, c'est-à-dire aux différents modes de dissociation du sens par rapport à la valeur représentative (i.e. propositionnelle), susceptible d'être attribuée à un énoncé en vertu de la phrase qu'il réalise. Un sens

¹ Elle en est aussi éloignée que l'ironie de l'erreur ou du mensonge, par exemple.

est dit «littéral» lorsqu'il coïncide avec une représentation exprimée par une phrase, et «figuré» lorsque le contenu effectivement communiqué doit être dérivé d'une telle représentation sous l'effet de certains éléments contextuels. Il s'agit donc de préciser deux choses à propos des figures : 1) Comment la procédure de dérivation est-elle *déclenchée*, dans quels cas et à partir de quels éléments un sens littéral est-il jugé inadapté, et doit donc être relayé par un sens figuré ? 2) Comment ce sens figuré peut-il être établi s'il ne coïncide pas avec une représentation associée à une phrase, comment *accéder* au sens figuré ?

Les figures sont ainsi généralement caractérisées à deux niveaux qui entrent dans la dynamique d'une procédure interprétative. L'ironie, par exemple, est souvent définie à la fois comme «contrevérité» et comme «antiphrase». Ces deux termes ne s'appliquent pas indifféremment. Le terme de «contrevérité» se rapporte à un mode de *neutralisation* du sens littéral, tandis que celui d'«antiphrase» concerne un mode d'*accès* au sens figuré. Dans cette perspective, on a donc affaire à une ironie lorsqu'une contrevérité déclenche une antiphrase. Si Paul dit ironiquement, sous la pluie, que le temps est magnifique, il effectue une double opération : il dit le contraire de ce qui est perçu comme vrai pour faire entendre le contraire de ce qu'il dit. Le fait que les deux niveaux se superposent ne doit pas faire perdre de vue qu'ils sont distincts et ordonnés successivement dans l'interprétation.

En ce qui concerne l'hyperbole, l'approche classique semble également l'aborder comme un processus dynamique qui s'articule cette fois sur une exagération de la vérité (à comprendre comme un effet de loupe, comme un grossissement de ce qui est perçu comme réel, vraisemblable), suivie d'un réajustement dans l'interprétation. Mais le passage d'un niveau à l'autre est ici beaucoup plus subtil et complexe que pour l'ironie, où l'établissement du sens figuré ne fait que réhabiliter une «vérité» initialement contrariée (au moins dans le cadre du traitement rudimentaire présenté ci-dessus). Dans l'hyperbole, le sens figuré ne semble pas être ressenti comme le résultat d'un simple déplacement ou d'une substitution de sens. C'est également la «vérité» qui s'ajuste ici par rapport à ce qui est dit, si je puis dire... Mais citons Dumarsais, référence principale de Fontanier :

«Lorsque nous sommes vivement frappés de quelque idée que nous voulons représenter et que les termes ordinaires nous paraissent trop faibles pour exprimer ce que nous voulons dire, nous nous servons de mots qui, à prendre à la lettre, vont au delà de la vérité. (...) Ceux qui nous entendent rabattent de notre expression ce qu'il en faut rabattre, et il se forme dans leur esprit une idée plus conforme à celle que nous voulons y exciter que si nous nous étions servis de mots propres.» (1967 (1818), p. 147)

Selon Dumarsais, on a recours à une hyperbole lorsque «les termes ordinaires» sont ressentis comme «trop faibles» par rapport à l'«idée» que l'on veut

communiquer. Devant l'échec de toute formulation littérale, l'hyperbole exagère, de manière à atteindre l'«idée» figurativement.

Par exemple, plutôt que de décrire Lucky Luke comme *le tireur le plus rapide de l'Ouest* - formulation objective et vraie dans la bande dessinée en question - on nous le présente sur le dos de la couverture comme *l'homme qui tire plus vite que son ombre*. Le héros est ainsi plus fidèlement représenté à travers une formulation qui ne peut être reçue à la lettre (même à l'intérieur de la fiction, personne ne comprend que Lucky Luke tire réellement suffisamment vite pour prendre son ombre de vitesse). Un autre exemple amusant est celui de ce slogan publicitaire où une eau minérale fait *digérer des briques*. S'il ne s'agit évidemment pas de faire croire à une réelle digestion de briques, il s'agit quand même, pour atteindre à l'«idée» que l'on veut communiquer, d'outrepasser toute description plausible des réelles propriétés digestives d'une eau minérale.

L'approche classique de l'hyperbole articule trois niveaux de représentation de l'objet auquel l'énoncé réfère (ici, *Lucky Luke* ou *l'eau machin-truc*). À côté du sens littéral qui est une représentation exprimée et non communiquée¹ de cet objet par l'une de ses propriétés (plus précisément par le degré auquel cet objet est dit posséder cette propriété), il faut tenir compte d'une représentation générée initialement par le référent lui-même. Celle-ci n'est ni exprimée, ni communiquée mais aurait pu l'être, selon Dumarsais, «si nous nous étions servis de mots propres» (elle correspond au degré auquel cette propriété aurait pu être attribuée à l'objet en question, sans qu'une exagération soit perçue). C'est en reconnaissant un écart entre ce qui est dit littéralement et ce qui aurait été ressenti comme vraisemblable que l'on peut noter une exagération et reconnaître ainsi l'intention du locuteur de communiquer autre chose que ce qu'il exprime. La troisième représentation correspond au sens figuré. Elle est donc dérivée de la perception d'un écart entre les deux premières et peut ainsi être communiquée sans être exprimée.

Toute la finesse de l'analyse classique consiste à ne faire coïncider cette troisième représentation, ni avec ce qui est dit littéralement, ni surtout avec ce qui aurait pu l'être, si l'on s'était exprimé sans avoir recours à une exagération. Sur l'échelle des degrés d'attribution de telle ou telle propriété à tel ou tel objet, la représentation effectivement communiquée (le sens figuré) se situe évidemment au-dessous de celle qui est exprimée (le sens littéral), mais elle se situe également au-dessous de celle qui est associée à une connaissance préalable du référent. L'exagération est ainsi justifiée a posteriori comme visant à modifier une représentation spontanée de l'objet dont on parle. Si l'ironie tend à renforcer indirectement une certaine image du monde, l'hyperbole vise au contraire à

¹ Comme tous les tropes, l'hyperbole ne communique pas ce qu'elle exprime (le sens littéral) et communique ce qu'elle n'exprime pas (le sens figuré).

transformer le monde en corrigeant l'image que l'on s'en fait. Telle qu'elle est définie par exemple chez Dumarsais et Fontanier, l'hyperbole consiste donc à exagérer *sciemment et ostensiblement* (il ne s'agit pour le locuteur, ni de faire croire, ni surtout de croire lui-même à ce qu'il dit), mais non pas *gratuitement* (il s'agit quand même de rectifier l'image de ce qui peut être perçu comme vraisemblable).

Deux conditions sont requises pour qu'une exagération soit ressentie comme autorisée ou légitimée par le processus de l'hyperbole. Il faut avant tout reconnaître l'intention du locuteur de nous faire percevoir une exagération et donc de nous faire «rabattre» quelque chose de ce qui est exprimé. Tartarin de Tarascon en rajoute constamment mais sans aucune hyperbole; son ridicule consiste précisément à ne pas concevoir ses propos comme invraisemblables aux yeux d'autrui (autrement dit à ne pas se rendre compte qu'il exagère). L'artifice de l'hyperbole est contraire à toute forme d'exagération passionnelle (que celle-ci fasse ou non illusion). Mais l'hyperbole dépend également d'une autre condition qui agit en sens inverse de la première. Pour que l'opération aboutisse, et ne tombe pas à plat, il faut que l'interprète accepte de réduire la portée *effective* de l'exagération initiale, en élevant le degré auquel l'objet concerné semblait spontanément pouvoir posséder telle ou telle propriété. Ce qui doit donc être rabattu du sens littéral pour accéder au sens figuré, ne recouvre pas tout l'écart manifesté initialement entre ce qui est dit et ce qui aurait été perçu comme vraisemblable, la faille est en partie comblée au bénéfice de l'exagération. De cette seconde condition dépendra finalement le succès ou le *bonheur* de l'hyperbole.

2. Pertinence de l'hyperbole

Une telle approche peut être reformulée et précisée dans les termes d'une pragmatique inférentielle comme celle de Grice (1979); elle est notamment esquissée par Sperber et Wilson (1986, p. 235), lorsqu'ils envisagent quelques exemples de communication non littérale. Grice définit l'hyperbole (de même que les autres tropes, par exemple l'ironie, la métaphore, etc...) comme une «implicature conversationnelle», véhiculée par une violation *intentionnelle* de sa seconde maxime, dite de «qualité» ou de «vérité»: «Ne dites pas ce que vous pensez être faux». Son modèle permet de définir assez précisément ce qui vient d'être présenté comme une première condition propre à l'hyperbole: faire reconnaître une exagération afin de manifester son intention de déclencher une implicature (c'est-à-dire de communiquer un sens implicite ou figuré). Il ne permet cependant pas de rendre compte de ce qui *justifie* une telle procédure de dérivation du sens. Aux yeux de Grice, l'hyperbole consiste simplement à communiquer indirectement (i.e. par le biais d'une «implicature»), ce qui aurait pu être exprimé (et donc communiqué) directement sans exagération.

Chez Sperber et Wilson en revanche, l'hyperbole retrouve la légitimité que tentait de lui conférer Dumarsais lorsqu'il présentait l'«idée» que l'on veut communiquer comme distincte, non seulement de ce qui est exprimé, mais surtout de ce qui aurait pu l'être en l'absence de toute exagération. Avant d'en esquisser une description relativement technique, visant à l'intégrer dans leur modèle général des procédures interprétatives (ou inférentielles), Sperber et Wilson présentent d'ailleurs l'hyperbole dans des termes très proches de ceux employés par Dumarsais. L'exemple cité oppose un énoncé hyperbolique (a/ *Bill is the nicest person there is*) à son correspondant non hyperbolique (b/ *Bill is a very nice person*). Selon les auteurs, «by explicating (b) directly, the speaker would not exhaust her thoughts about Bill (...) nor is there any obvious combination of adverbs and adjectives that would exactly express her thoughts». Comme chez Dumarsais, l'«idée» (ici les «pensées») que l'on veut communiquer semble être hors d'atteinte de toute formulation explicite; c'est ce qui justifie le recours à l'hyperbole.

Selon Sperber et Wilson, toute procédure interprétative est dirigée par un «principe de pertinence» qui stipule qu'un énoncé effectivement réalisé est toujours présumé maximalement pertinent, c'est-à-dire qu'il est censé constituer le moyen le plus rentable possible pour accéder à ce que le locuteur veut communiquer. La «pertinence» d'un énoncé est définie, du point de vue de l'interprète (interlocuteur), en termes d'«efforts cognitifs» et d'«effets contextuels». Ces deux paramètres sont compensatoires. Plus l'effort est grand pour accéder à ce que le locuteur veut communiquer, moins l'énoncé est ressenti comme pertinent et donc plus cet énoncé doit produire d'effets contextuels pour neutraliser ce coût supplémentaire. En ce qui concerne l'hyperbole (comme d'ailleurs en ce qui concerne toute forme de communication non littérale), l'effort consenti pour accéder au sens figuré augmente le coût de la procédure interprétative, qui doit donc être compensé par un supplément d'effets contextuels. Cela signifie en d'autres termes que si une seconde condition n'était pas retenue pour définir les hyperboles - c'est-à-dire si cette figure consistait simplement à manifester une exagération dans le seul but de communiquer indirectement ce qui aurait pu l'être au moyen de «mots ordinaires» - il faudrait alors border l'ensemble des faits hyperboliques comme mettant en cause le principe de pertinence, car l'hyperbole ne serait jamais un énoncé susceptible d'être présumé maximalement pertinent.

La notion d'«effets contextuels» est définie dans ce cadre comme un ensemble de modifications que l'énoncé produit à l'intérieur d'un contexte. Selon Sperber et Wilson, toute procédure interprétative suppose qu'un contexte soit construit initialement sur la base des représentations (ou *assumptions*) qu'il faut avoir à l'esprit

pour interpréter un énoncé¹. L'interaction entre l'énoncé et le contexte déclenche alors la procédure interprétative qui produit un certain nombre d'effets en retour à l'intérieur de ce contexte. Ces effets peuvent être de trois types: 1/ éradication d'une assomption, 2/ renforcement ou affaiblissement de la force d'une assomption, 3/ prise en compte d'une nouvelle assomption par implication contextuelle. La procédure interprétative s'arrête lorsque les effets contextuels sont jugés suffisamment importants pour compenser son coût (temps, distance du trajet inférentiel). Sperber et Wilson définissent le sens intentionnel d'un énoncé (ce que le locuteur veut communiquer par le moyen de cet énoncé) comme un ensemble d'effets contextuels susceptible de satisfaire le principe de pertinence.

Quels sont dès lors les effets contextuels propres à l'hyperbole ? Comment expliquer, sans mettre en question le principe de pertinence, que l'on éprouve parfois le besoin d'exagérer ostensiblement les propriétés de l'objet dont on parle ? Selon Sperber et Wilson, l'hyperbole permet d'accéder à un certain nombre d'implications contextuelles, que son absence aurait exclu : «By expressing (a), the speaker thus encourages the hearer to look for a range of further contextual implications not shared, or not equally strengthened by (b), and assumes that within this range there are some she intends to implicate» (p. 235). L'exagération augmente mécaniquement le nombre (et également la force) des assomptions qui auraient été susceptibles d'être dérivées d'une formulation non hyperbolique. Parmi ces nouvelles assomptions, certaines sont évidemment neutralisées par la figure (elles font partie de ce qui doit être «rabattu» du sens littéral), mais certaines peuvent être conservées et ainsi associées à l'«idée» que le locuteur veut communiquer à travers le sens figuré.

Revenons une dernière fois à notre exemple favori. Même en disant (b) (*Lucky Luke est le tireur le plus rapide*), le locuteur aurait déclenché un certain nombre d'implications contextuelles relatives à la supériorité du héros sur les autres personnages de l'histoire (par exemple qu'il tire plus vite que Joe Dalton, et plus généralement qu'il est un peu meilleur que ses adversaires). Cependant, l'ensemble de ces implications ne correspond pas entièrement à l'«idée» communiquée implicitement en disant (a) (*Lucky Luke tire plus vite que son ombre*). L'exagération entraîne automatiquement une série d'implications supplémentaires dont certaines ne sont évidemment pas retenues (personne ne considère, par exemple, que dans l'histoire en question, Lucky Luke tire plus vite que la lumière). Mais l'«idée» effectivement communiquée en (a) correspond à un ensemble d'implications susceptibles d'être conservées, qui font de Lucky Luke un être singulièrement

¹Ces représentations sont issues de différents stimuli liés à l'environnement physique où l'énoncé est réalisé, mais également de la mémoire du sujet interprétant (mémoire à long terme reliée aux entrées encyclopédiques des concepts, mémoire à court terme chargée par l'interprétation des énoncés précédents, etc...).

différent, une sorte d'idéal de la vivacité. L'homme qui tire plus vite que son ombre n'est pas simplement le plus leste, sa rapidité tend vers l'absolu.

Dans l'optique de Sperber et Wilson, interpréter une hyperbole, c'est chercher les implications supplémentaires déclenchées par l'exagération, et sélectionner à l'intérieur de cet ensemble celles qui peuvent être ajoutées à ce que le locuteur aurait exprimé sans exagération à propos du même objet. Pour rentabiliser l'effort consenti à cet effet, et reconnaître la légitimité d'une hyperbole, l'interprète tente ainsi de déboucher sur un certain nombre de *nouvelles* implications, mais *compatibles* avec le contexte initial. Il s'agit donc de passer par une série d'évaluations assez nombreuses et périlleuses (coûteuses), consistant à se demander ce que le locuteur projette de communiquer à propos de l'objet en question en exagérant ses propriétés, compte tenu de ce qui est possible dans tel ou tel contexte.

Une hyperbole peut ainsi triompher ou échouer selon la nature de l'objet auquel l'énoncé réfère. La compatibilité des implications contextuelles propres à légitimer l'exagération ne peut être définie indépendamment d'une représentation associée préalablement au référent, et qui constitue la clef de voûte du contexte initial. Nous dirons qu'une hyperbole est *heureuse* si l'interprète parvient à sélectionner au moins une implication supplémentaire et compatible. Sinon nous parlerons de l'échec (malheur) d'une hyperbole. Seules les hyperboles heureuses satisfont le principe de pertinence.

Le bonheur d'une hyperbole n'est jamais gagné d'avance. En ce qui concerne Lucky Luke, les circonstances de la fiction constituent un terrain éminemment favorable à la découverte d'implications susceptibles de légitimer l'exagération. Dans l'histoire en question, notre héros a suffisamment d'ampleur pour être taillé à la mesure de ce que l'on en dit, le vêtement ne flotte pas sur le personnage. Voici maintenant un autre exemple, qui cette fois-ci n'a rien de fictionnel. Il est tiré d'un article de presse où un journaliste tente de nous faire prendre au sérieux les nuisances du bruit, en les dramatisant à travers une série d'hyperboles. Ce qui est remarquable dans cet exemple, c'est l'attention manifestée par le locuteur à l'égard des risques encourus :

Dans la rue, dans les immeubles, dans les usines, le déferlement des décibels névrogènes fait infiniment plus mal à la nation tout entière que - par exemple - tel conflit néo-calédonien dont le label politique est pourtant reconnu sans hésitation. Le bruit est plus néfaste à chacun d'entre nous que la criminalité dont les politiciens démagogues font si volontiers leurs choux gras. Oserons-nous prétendre que, comparés aux innombrables, aux infatigables générateurs de fracas, les terroristes sont d'épisodiques histrions surchargés de symbolique? Nous l'oserons, pour les besoins de la cause.

On relève dans cet extrait trois hyperboles successives (qui se présentent comme trois versions de la même hyperbole). Il s'agit donc pour l'interprète de

découvrir un certain nombre d'implications *supplémentaires et compatibles*, susceptibles de justifier l'assimilation du bruit aux fléaux de la criminalité et du terrorisme. L'hyperbole sera heureuse si celui-ci admet, par exemple, que le bruit constitue un réel danger pour l'être humain, que le bruit peut éventuellement tuer ou déstabiliser la société tout entière. Si au contraire l'interprète considère que les nuisances du bruit n'ont aucune commune mesure avec de telles conséquences, l'hyperbole sera alors malheureusement vouée à l'échec. Le bonheur ou le malheur d'une hyperbole ne peut être défini que du point de vue de l'interprète. Du point de vue du locuteur, toute hyperbole prétend évidemment satisfaire le principe de pertinence.

Dans les *Figures du discours*, Fontanier condamne à titre purement personnel une hyperbole de Virgile, traduite en français par Delille. Fontanier n'explique malheureusement pas pourquoi il refuse cette hyperbole, mais sa condamnation est définitive et sans appel :

« Virgile veut qu'il soit plus difficile de compter les différentes sortes de vins que les flots de la mer agitée, et que les sables emportés par les vents; et voici ce que lui fait dire Delille :

*On compterait plutôt sur les mers courroucées
Les vagues vers les bords par l'aquilon poussées.
On compterait plutôt dans les brûlants déserts,
Les sables que les vents emportent dans les airs.*

Quand l'auteur des *Géorgiques* s'est permis cette hyperbole, il sortait probablement d'un grand festin donné par Auguste. Il est assez douteux qu'on l'eût passée à Lucain ou à Juvénal; mais de sa part, elle a paru excellente. » (1977, p. 124)

Autrement dit, selon Fontanier, on ne compare pas le nombre des vins à celui des grains de sable dans le vent. Virgile voyait double après le festin d'Auguste, sinon il aurait encore su compter les pichets. Les implications contextuelles déclenchées par une telle hyperbole multiplient le nombre des vins à l'infini, ce qui a l'effet malencontreux de nous amener à visualiser une espèce d'hallucination liée à l'ivresse, plutôt que de nous faire appréhender la difficulté de les dénombrer. Si Fontanier récuse cette hyperbole, c'est qu'à ses yeux les vins ne sont pas suffisamment nombreux et indistincts, au moins lorsqu'on garde la tête froide, pour être comparés à l'infinité des grains de sable ou des vagues de la mer. Les vins ont certes la propriété d'être multiples, mais cette propriété ne peut être exagérée en ces termes.

L'hyperbole est une opération trop risquée, trop dépendante d'une parfaite communion entre les interlocuteurs, pour faire très bon ménage avec la moindre suspicion d'une perte de contrôle du locuteur par rapport aux effets, c'est-à-dire à l'étendue et à l'objet de son exagération. Les nouvelles implications dues à la figure peuvent toutes être neutralisées par le contexte initial si celui-ci ne contient pas une

représentation de l'objet au moins compatible avec l'une d'entre elles. Selon Fontanier, le nombre des vins n'a *rien* de commun avec la multiplicité des grains de sable ou des vagues de la mer. C'est un peu comme si, plutôt que Lucky Luke, on désignait Joe Dalton comme tirant plus vite que son ombre. Joe tire vite, c'est indubitable, mais pas au point de faire le bonheur d'une hyperbole (on n'en dirait pas autant, par exemple, de sa méchanceté qui est légendaire).

Le risque d'échec, encouru structurellement par l'hyperbole, permet peut-être d'expliquer la défiance des rhétoriciens à l'égard de cette figure qui est rarement abordée dans les traités sans donner lieu à un petit couplet moralisateur, déconseillant d'y avoir recours inconsidérément. Selon Morier, par exemple, «chez le dandy moderne, les épithètes *formidable, fantastique, sensationnel*, montrent que l'humanité ne change guère. On descend toujours d'Alcibiade. (...) Rappelons seulement, ajoute-t-il, que l'hyperbole est une figure d'une écœurante facilité. C'est elle qui dévalorise le style et, chez celui qui l'emploie constamment, les mots les plus forts font hausser les épaules» (p. 495).

Ce que Morier condamne n'est pas à proprement parler l'hyperbole, mais précisément les formes d'exagération qui ne satisfont pas aux conditions postulées ci-dessus. Qu'une exagération soit purement innocente, c'est-à-dire involontaire, aveugle, ou qu'elle soit seulement abusive, c'est-à-dire malheureuse, dans les deux cas les effets produits sont ressentis comme catastrophiques pour la suite de l'interaction (ou de la lecture). On touche ici à ce qu'Antoine Auchlin définit de manière plus générale comme un événement malheureux dans la conversation¹.

3. Les arguments du dépassement

Dans son *Traité de l'argumentation* (1970), Perelman aborde l'hyperbole comme une forme particulière d'«argumentation par le dépassement». Les arguments du dépassement, précise-t-il, «insistent sur la possibilité d'aller toujours plus loin dans un certain sens, sans que l'on entrevoie une limite dans cette direction, et cela avec un accroissement continu de valeur. (...) Ainsi Calvin affirme que jamais on n'exagère dans la direction qui attribue toute gloire, toute vertu à Dieu.» (p.387)

Le «dépassement» caractérise une forme d'argumentation absolue, non limitée par la nature de l'objet auquel l'énoncé réfère. A travers un argument du dépassement, l'objet est comme transcendé par la propriété qui lui est attribuée dans l'énoncé. Une même prédication change ainsi de nature, si l'objet auquel elle s'applique est favorable au dépassement. On ne dit pas dans le même sens de Joe Dalton ou de Lucky Luke qu'ils tirent vite, ou encore, par exemple, de madame Dupont ou de Brillat-Savarin que leur table est excellente. Dans le premier cas, la prédication ne donne pas nécessairement lieu à un argument du dépassement.

¹ Voir ici même sa contribution sur le «bonheur conversationnel».

Le dépassement n'est pas propre à l'hyperbole et il est totalement incompatible avec l'exagération pure et simple. Toute prédication peut éventuellement donner lieu à un argument du dépassement, selon l'objet auquel l'énoncé réfère. Dans les termes de Sperber et Wilson, une argumentation par le dépassement peut être définie comme d'autant plus assurée, que l'ensemble des implications contextuelles déclenchées par cette prédication est moins limité par la nature de l'objet. Si l'ensemble des implications déclenchées par l'attribution de telle ou telle propriété à l'objet en question inclut l'ensemble des implications susceptibles d'être déclenchées par l'attribution de cette même propriété à n'importe quel objet du monde, l'argumentation par le dépassement est alors totalement garantie.

En ce qui concerne l'hyperbole, Perelman la définit comme une forme brutale et accentuée d'argumentation par le dépassement :

«L'hyperbole diffère de l'argumentation habituelle par le dépassement en ce qu'elle n'est pas justifiée ni préparée, mais lancée brutalement : son rôle est de donner une direction à la pensée, de l'orienter dans l'appréciation de cette direction, et, seulement par un choc en retour, de donner une indication sur le terme qui importe. (...) [Son] rôle est de donner une référence qui, dans une direction donnée, attire l'esprit, pour ensuite l'obliger à revenir quelque peu en arrière, à la limite extrême de ce qui lui paraît compatible avec son idée de l'humain, du possible, du vraisemblable, avec tout ce qu'il admet par ailleurs.» (p. 390-391)

Si l'hyperbole n'est pas un simple argument du dépassement, c'est en vertu de la première condition postulée : on a affaire à une hyperbole lorsqu'il y a volonté de faire reconnaître une exagération, c'est-à-dire lorsque la prédication déclenche une série d'implications qui sont d'abord reconnues comme incompatibles. Pour qu'une hyperbole soit heureuse, il faut cependant que certaines de ces implications puissent malgré tout être intégrées au contexte. C'est la seconde condition postulée : l'accès au sens figuré entraîne un supplément de coût interprétatif qui doit être payé de nouveaux effets contextuels. Seul le dépassement permet de satisfaire à cette seconde condition. L'hyperbole impose un dépassement de manière à compenser *par contrecoup* l'exagération. Son bonheur se fonde sur le dépassement.

La relation entre hyperbole et argument du dépassement peut être élaborée à partir de la notion de «lieu commun argumentatif», telle qu'elle est définie par Ducrot (1982) et (1983). En ce qui concerne l'hyperbole, le dépassement (c'est-à-dire le bonheur) semble en effet découler du degré d'applicabilité d'un tel lieu commun. Mais voyons d'abord en quoi consiste cette notion de «lieu commun argumentatif», et son utilité pour décrire l'argumentation comme activité de discours et comme fait d'interprétation.

En rhétorique et en pragmatique, l'acte d'argumenter consiste communément à présenter un énoncé comme destiné à être interprété, relativement à un contexte, comme un argument en faveur de telle ou telle conclusion (elle-même susceptible

d'être à son tour explicitée, ou de l'avoir été, ou encore de rester implicite). En affirmant par exemple que quelque chose est *bon marché*, ou qu'il *ne coûte que 50* ou *100* ou *1000 francs*, selon l'objet dont il s'agit, on réalise ainsi un acte d'argumentation si l'on présente un tel énoncé comme destiné à servir d'argument pour un conseil d'achat ou au contraire pour un conseil de non achat de l'objet en question. Les avis divergent essentiellement en ce qui concerne la manière dont un énoncé peut être présenté par le locuteur et reconnu par l'interprète comme *destiné* à recevoir telle ou telle valeur argumentative.

Selon Sperber et Wilson, la valeur argumentative d'un énoncé dépend des prémisses de raisonnement contenues dans le contexte le plus directement accessible. On accédera ainsi à une interprétation ou à une autre, selon que l'on aura recours à une prémisses associant le bon marché à l'avantage de dépenser peu d'argent ou au contraire, par exemple, au risque d'acquérir un objet de mauvaise qualité. Dans cette perspective, seule la valeur représentative (i.e. descriptive ou propositionnelle) de l'énoncé peut être conçue comme directement liée à la signification de la phrase. Le processus interprétatif qui permet d'accéder à sa valeur argumentative, est défini comme le résultat d'une procédure inférentielle, déclenchée indirectement à partir d'une interaction entre l'énoncé et le contexte. C'est en reconnaissant l'*intention* du locuteur de faire appel à telle ou telle prémisses de raisonnement, que l'énoncé peut être perçu comme *destiné* à être interprété comme un argument en faveur de telle ou telle conclusion. Sa valeur argumentative n'est en aucune manière *prévue* ou *instruite* par l'énoncé lui-même en vertu de la phrase qu'il réalise. Selon Sperber et Wilson, la langue n'est jamais concernée par les pratiques langagières.

Selon Ducrot en revanche, la langue doit être abordée a priori comme hautement concernée par la valeur pragmatique susceptible d'être attribuée aux énoncés en contexte. En ce qui concerne l'acte d'argumentation au sens étroit du terme, défini par Ducrot, s'il consiste à présenter un énoncé comme *destiné* à recevoir telle ou telle valeur argumentative, c'est en vertu d'un rapport conventionnel (i.e. inscrit dans la langue) entre différents types de marques spécialisées à cet effet, et l'application de certains principes argumentatifs, ou *topoi*¹. Outre la valeur argumentative, Ducrot introduit la notion d'«orientation argumentative» d'un énoncé, pour désigner les contraintes imposées par certains morphèmes (notamment les connecteurs et les opérateurs argumentatifs) sur la forme d'au moins un topos susceptible de fonder son interprétation. Ce n'est donc pas ici la valeur représentative ou descriptive) de l'énoncé qui interagit par contrecoup avec différentes prémisses du raisonnement pour fonder l'acte d'argumentation. Selon Ducrot, l'énoncé impose directement (ou *instructionnellement*) un certain nombre de contraintes concernant

¹ Dénommés ainsi en hommage à Aristote.

la forme d'un topos sur lequel pourra être fondée telle ou telle valeur argumentative susceptible de lui être attribuée.

Les contraintes imposées par les énoncés sur la forme des topoï sont relatives à leur nature graduelle. Un *argument*, au sens de Ducrot, se fonde sur un lieu commun associant les différents degrés auxquels une classe d'objets est susceptible de posséder telle ou telle propriété sur une échelle, avec au moins une autre échelle du même type.

«L'argumentation au sens «habituel» du terme, exige au préalable un rapport, nécessaire ou probable, de cause à conséquence entre l'état de chose présenté en A et celui présenté en C. Il en est de même, selon moi, pour l'argumentation au sens étroit, qui est celui qui m'intéresse ici. Mais en quoi consiste exactement ce rapport sur lequel l'argumentation est fondée, rapport que le locuteur n'asserte pas, mais prend pour acquis au moment où il construit son discours argumentatif ? Le point important pour moi est que ce rapport général, emmagasiné, sous forme de lieu commun, dans la «sagesse» collective, ce «topos», au sens aristotélicien, que l'on exploite au moment où l'on argumente, ne relie pas un fait à un fait, ni même une classe de faits identiques entre eux à une autre classe de faits identiques entre eux, mais une échelle graduée de faits à une autre échelle graduée de faits. (...) Les lieux communs argumentatifs posent ainsi que le degré selon lequel une situation ou un objet possède une propriété Q est une fonction croissante du degré selon lequel une autre situation ou un autre objet (éventuellement les mêmes) possèdent une propriété P.» (1982, p. 147).

En ce qui concerne notre dernier exemple, dire que quelque chose est *bon marché*, ou qu'il *ne coûte que 50 francs*, c'est réaliser un énoncé dont l'orientation argumentative renvoie à l'application d'un topos dont l'antécédent sera forcément du type : [*moins une chose coûte cher...*] (ou [*plus une chose est bon marché...*]). Par exemple, [*moins une chose est chère : plus elle est intéressante financièrement et donc plus il faut l'acheter*], ou inversement, mais à partir du même antécédent, [*moins une chose est chère : plus elle risque d'être fragile ou de mauvaise qualité et donc moins il faut l'acheter*]. L'orientation argumentative est due ici essentiellement à l'opérateur *ne...que*. Si on le supprime, l'énoncé autorise l'une ou l'autre orientation en ce qui concerne l'antécédent du topos (si l'on dit d'une chose qu'elle coûte 50 francs, on peut aussi bien vouloir l'orienter sur l'échelle des choses chères que sur celle des bon marché; l'argumentation n'est pas contrainte). Si en revanche on lui substitue un opérateur comme *presque*, on inverse alors automatiquement l'orientation de cet antécédent (une chose qui coûte *presque 50 francs* est forcément orientée sur l'échelle des choses chères).

Ce qui m'intéresse ici, ce sont les conditions d'applicabilité des topoï. Pour qu'un topos soit applicable et susceptible de fonder une interprétation, il faut notamment qu'il soit reconnu comme valide en fonction d'un contexte. Il est ainsi

plus rare et peut-être moins aisé d'argumenter en faveur de la solidité ou de la durabilité de quelque chose en affirmant que cette chose *ne coûte que 50 francs*; on dira plutôt dans ce cas qu'elle *coûte presque 50 francs*, pour éviter à l'interprète de devoir reconnaître que [*moins* une chose coûte cher : *plus* elle est solide et durable]. Mais plus intéressante encore pour notre problème d'hyperbole est cette autre condition, relative à une zone d'applicabilité croissante au-delà (mais également en-deçà) de laquelle certains *topoi*, même valides, ne s'appliquent plus :

«On m'objectera peut-être que les principes argumentatifs en vigueur admettent aussi des seuils au-delà desquels l'accroissement de P n'entraîne plus un accroissement de Q (tout en tenant que la chaleur rend la promenade agréable, on prendra aussi pour évident qu'à partir d'un certain degré de chaleur la promenade devient désagréable); le dépassement du seuil a même, dans certaines langues, un marqueur spécifique, en français le morphème *trop*, qui permet, tout en maintenant que la chaleur invite à la promenade, de déclarer : «Aujourd'hui il fait vraiment trop chaud, je ne sortirai pas». Cette observation ne me semble cependant pas démentir la conception générale du «topos» que je présente ici : elle amène seulement à restreindre entre certaines limites la correspondance des degrés croissants où j'ai vu une caractéristique du lieu commun argumentatif. En termes mathématiques, la fonction est «locale». Mais cela n'empêche pas que, dans la zone où s'applique le *topos*, il s'applique de façon graduelle : en-dessous du seuil inversant le rapport entre la chaleur et l'agrément de la promenade, on peut maintenir que plus la chaleur augmente, plus la promenade est agréable.» (id., p. 148)

La zone d'application d'un *topos* peut en effet, dans certains cas, être limitée vers le haut en vertu d'un autre *topos*, de forme contraire. Si je dis qu'une voiture d'occasion ne coûte que, disons 2000 francs, le *topos* [*moins* quelque chose coûte cher : *plus* il faut l'acheter] a toutes les chances d'être jugé applicable. Pour franchir une limite supérieure et sortir ainsi de la zone d'application de ce *topos*, il faudrait admettre qu'au-delà d'un certain degré de bon marché, une voiture cesse d'être intéressante financièrement en vertu de l'applicabilité croissante d'un autre *topos*, de même antécédent mais de conséquent inverse. En affirmant par exemple qu'une voiture d'occasion ne coûte que 500 francs (ou en affirmant qu'à ce prix là, elle est bon marché), je m'expose alors davantage au risque d'être réfuté par un interlocuteur : considérant que justement, à ce prix là, elle est trop bon marché pour être avantageuse, et qu'elle ne tiendra pas 20 km. De même qu'à partir d'un certain degré de chaleur, la promenade cesse d'être agréable, à partir d'un certain degré de bon marché, le risque d'être roulé peut éventuellement prendre le pas sur l'avantage financier. Dans de tels cas, l'argument est *trop fort* pour autoriser l'application du *topos*.

Mais la zone d'application d'un *topos* est avant tout limitée vers le bas, et ceci indépendamment de tout autre *topos*, en vertu seulement du degré auquel l'objet dont

on parle possède la propriété qu'on lui attribue dans la prédication. Si j'affirmais, par exemple, qu'une voiture d'occasion ne coûte que 20000 francs, le prix en question pourrait être jugé trop élevé pour entrer dans l'échelle des prix bon marché. On me répondrait alors que 20000 francs, ce n'est pas assez bon marché (ou trop cher) pour une voiture d'occasion. Nous dirons dans ce cas que l'argument est *trop faible* relativement à l'ensemble des conclusions susceptibles d'être tirées à partir d'un topos dont l'antécédent serait du type : [*moins une voiture est chère...*].

Cette limite inférieure concerne toute forme d'argumentation mais elle est beaucoup plus contraignante lorsqu'il y a volonté de dépassement de la part du locuteur. Pour qu'un simple argument ne soit pas interprété comme trop faible, il faut en effet qu'un objet du monde puisse être perçu comme possédant telle ou telle propriété, et ceci à un degré suffisamment élevé pour entrer dans la zone où un topos s'applique. Mais pour qu'un dépassement soit possible, il faut alors que l'objet en question possède cette propriété à un degré notablement plus élevé, de manière à ce que la force de l'argument réalisé ne soit pas limitée par la nature de l'objet auquel l'énoncé réfère.

La vocation de l'argumentation est sans doute d'accomplir le dépassement, c'est-à-dire de s'affranchir de toute limitation associée au degré auquel l'objet possède réellement la propriété qu'on lui attribue dans la prédication. De fait, ce type de limitation n'est normalement pris en compte que lorsque la force argumentative de l'énoncé est atténuée par sa valeur descriptive ou propositionnelle. Dans *Pierre a un peu mangé*, *un peu* ne modifie en rien l'orientation argumentative de l'énoncé. Comme *Pierre a mangé* ou *beaucoup mangé*, *Pierre a un peu mangé* renvoie à un topos dont l'antécédent est orienté vers une augmentation de la quantité de nourriture consommée (par exemple, [*plus on a mangé : moins on a faim*] ou [*plus on a mangé : plus il est dangereux de se baigner*], etc...). En atténuant cependant la force argumentative de l'énoncé, *un peu* accentue la nécessité d'évaluer la quantité réelle de nourriture, de manière à limiter plus précisément la force maximale de l'argument réalisé. *Pierre a un peu mangé* n'a aucune vocation au dépassement, c'est en cela seulement qu'il se distingue de *Pierre a mangé* ou *beaucoup mangé*.

Mais voici un autre exemple, authentique cette fois, où un journaliste neutralise le dépassement en limitant la force de ses arguments :

Les Finlandais sont drôles, quelquefois. Entre un lac et une forêt, une gorgée de bière et une gorgée de vodka, il leur arrive de s'interroger en ricanant sur le monde où ils vivent.

Les expressions soulignées modifient considérablement la nature de l'argumentation réalisée, sans toucher pour autant à l'orientation argumentative des énoncés. En limitant le degré auquel les Finlandais possèdent la propriété qu'on leur attribue, le locuteur impose une évaluation précise de l'objet, de manière à

neutraliser tout dépassement. Sur l'échelle de la drôlerie ou de la bizarrerie¹, les Finlandais plafonnent malheureusement à un certain degré. En ce qui les concerne, cette propriété ne tend pas vers l'absolu. Le dépassement est ici neutralisé par la valeur descriptive ou propositionnelle de l'énoncé.

Avant de revenir à l'hyperbole, qui s'oppose structurellement à ce type de limitation, il faut dire ici un mot de la litote, qui se fonde sur une opération consistant à neutraliser abusivement tout dépassement. L'exemple ci-dessus pourrait ainsi être interprété comme une litote si les Finlandais devaient malgré tout être reconnus comme suffisamment «drôles» pour autoriser ou même contraindre au dépassement. La litote consiste en effet à limiter la force argumentative d'un énoncé (par exemple à l'aide d'un opérateur comme *un peu*), mais en se référant à un objet susceptible de forcer au dépassement.

Dans l'hyperbole, il s'agit au contraire d'exagérer, et de faire reconnaître une exagération, ce qui accentue outrageusement la force de l'argumentation. L'opération peut être accomplie, soit par un superlatif, soit par une comparaison quasi métaphorique, en associant l'objet à un autre, possédant une même propriété mais à un degré supérieur. Pour qu'une hyperbole soit heureuse, il faut cependant que cet objet autorise le dépassement, de manière à ce que la force de l'argument ne soit pas limitée à tel ou tel degré.

Si l'on tient compte de leurs conditions d'applicabilité, les *topoi* me semblent être d'une grande utilité pour définir la notion de «bonheur» (ou de «malheur») des hyperboles. En tant que règle d'inférence *graduelle*, un *topos* peut être dit plus ou moins applicable. Lorsqu'il y a dépassement, son applicabilité est absolue (non limitée par la nature de l'objet), dans le cas contraire elle est relative ou conditionnelle (limitée par la nature de l'objet). Dans les termes de Sperber et Wilson, l'applicabilité d'un *topos* donne accès à un ensemble d'implications contextuelles qui peut être dit ouvert, extensible lorsqu'il y a dépassement, et fermé dans le cas contraire. En ce qui concerne l'hyperbole, pas d'alternative : soit le *topos* s'applique de manière absolue et elle est heureuse car le dépassement permet ainsi de récupérer un certain nombre des implications déclenchées mécaniquement par l'exagération, soit le *topos* ne s'applique pas et l'hyperbole est malheureuse.

L'opération est audacieuse : dire qu'une voiture vaut *une bouchée de pain* est plus dangereux que d'affirmer simplement qu'elle est *bon marché* ou même *très bon marché*. Hors de l'hyperbole, l'argumentation ne peut en aucun cas imposer le dépassement. Tout argument, dans la mesure où il réfère à un objet du monde, s'expose à voir sa force limitée à tel ou tel degré pour conserver sa validité. Dans l'hyperbole en revanche, l'argument est condamné à imposer le dépassement, ou à échouer totalement. L'hyperbole est un vrai coup de force argumentatif.

¹ Selon la manière dont on résoud l'homonymie liée au mot «drôle».

Références

- DUCROT O. (1982), «Note sur l'argumentation et l'acte d'argumenter», *Cahiers de Linguistique Française* 4, 143-163.
- DUCROT O. (1983), «Opérateurs argumentatifs et visée argumentative», *Cahiers de Linguistique Française* 5, 7-36.
- DUMARSAIS C. (1967), *Des Tropes*, Genève, Slatkine (1ère éd. 1818).
- FONTANIER P. (1977), *Les Figures du discours*, Paris, Flammarion (1ère éd. 1821).
- GRICE H. P. (1979), «Logique et conversation», *Communication* 30, 57-72
- LA BRUYERE (1975), *Les caractères*, Paris, Gallimard, Folio (1ère éd. 1696).
- MORIER H. (1961), *Dictionnaire de poésie et de rhétorique*, Paris, PUF.
- PERELMAN CH. & OLBRECHETS-TYTECA L. (1970), *Traité de l'argumentation*, Bruxelles, Edition de l'Université de Bruxelles.
- SPERBER D. & WILSON D. (1986), *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Basil Blackwell.