



ISSN 1774-7988

ISSN en ligne : 2261-3455

L'hyperbolisation est-elle négociable ? L'interprétation hyperbolisante et sa mise en cause par le destinataire

Katarzyna Wołowska

Université Catholique de Lublin Jean Paul II, Pologne
wolowska@kul.pl

Résumé

L'article aborde la problématique de l'hyperbolisation des contenus sémantiques en contexte en le considérant du point de vue interprétatif : plus spécifiquement, il s'agit d'analyser un type de réaction à l'hyperbole, qui consiste à mettre en cause une valeur intensifiante et à amorcer ainsi une négociation conversationnelle dont l'hyperbole devient alors l'objet. A travers l'analyse d'exemples sélectionnés, tirés d'Internet (commentaires d'internautes sur les articles publiés en ligne, interviews transcrites), l'article se concentre sur les cas où la mise en cause de l'hyperbole par l'interprète est signalée par le marqueur *vous exagérez*.

Mots-clés : hyperbole, négociation, interprétation

Is hyperbole subject to negotiation? Hyperbolizing interpretation and its negation by the recipient

Abstract

The article discusses the problem of hyperbolization of semantic content in context, examining it from the point of view of interpretation. Strictly speaking, it focuses on an analysis of a particular type of response to the hyperbole, consisting in negating the employed intensification and thus initiating the process of conversational negotiation, with the hyperbole becoming the subject thereof. Based on the analysis of selected examples taken from the Internet (users' comments on articles published on the web, transcripts of interviews), the article takes into account cases in which denial of the hyperbole by the recipient is indicated by the marker *You are exaggerating*.

Keywords: hyperbole, negotiation, interpretation

1. Préliminaires : le mécanisme sémantique de l'hyperbole

Dans l'inventaire riche de procédés discursifs servant à intensifier les contenus sémantiques, l'hyperbole reste la figure rhétorique et le moyen le plus connu et

le plus fréquemment utilisé dans la communication. Définie comme figure qui « augmente ou diminue les choses avec excès, et les présente bien au-dessus ou bien au-dessous de ce qu'elles sont » (Fontanier 1968 : 123), l'hyperbole joue sur le degré d'intensité attribué au contenu sémantique en contexte (sens hyperbolique fort) par rapport à sa signification lexicale (sens littéral faible)¹. Ainsi, *j'en ai pour une seconde* constitue l'expression hyperbolique de l'énoncé *j'en ai pour peu de temps*, l'expression *en un mot* s'utilisera au lieu de *en quelques mots*, *c'est à deux pas pour ce n'est pas loin*, etc. (Kerbrat-Orecchioni, 2002 : 295-296)².

Si l'hyperbolisation de contenus sémantiques dans la pratique quotidienne du discours a toujours été très répandue, sa forme ne reste pas immuable, elle évolue et se renouvelle sans cesse sous l'impulsion de nouveaux modes de communication. En effet, comme le souligne Izert, « les usagers de la langue cherchent continuellement les outils linguistiques de plus en plus surprenants pour pouvoir exprimer mieux la force de leurs émotions et de leurs impressions » (2015 : 41). Très présente dans les échanges verbaux, l'hyperbole doit revêtir ainsi une forme de plus en plus forte, parfois même agressive, pour garder l'effet rhétorique qu'elle est censée produire sur le destinataire. Il n'est donc aucunement surprenant que ce procédé éveille parfois chez ce dernier des doutes et des réserves au point de devenir un objet de négociation.

2. La négociation conversationnelle : définition et modèle

Dès qu'il y a interaction verbale (dans sa forme orale ou écrite/transcrite, comme p. ex. dans le cas des échanges sur Internet ou *via sms*), on se trouve aussi confronté à différentes formes de négociation conversationnelle dont un des rôles principaux est de résorber des désaccords éventuels surgissant au cours de l'interaction. La négociation peut concerner tout élément de l'échange (le signifiant et/ou le signifié, la structure de l'interaction, la position hiérarchique des participants, leurs émotions, leurs points de vue, etc.). Elle est menée de manière plus ou moins explicite pour maintenir la communication et/ou sauver les faces des interactants (Goffman 1973 ; Brown, Levinson, 1987).

Qu'est-ce qu'une négociation conversationnelle ? Il s'agit d'une stratégie de l'échange verbal mené entre au moins deux interactants et construit d'au moins trois tours de parole (A1-B1-A2), ce qui permet à chacun des interlocuteurs de présenter son avis et de prendre position par rapport à ce que dit l'autre. La négociation se déroule selon un schéma toujours similaire (plus ou moins développé) dont la version modèle se présente, selon Kerbrat-Orecchioni, comme suit :

(1) A fait à B une proposition (Prop);

(2) B conteste cette proposition, en assortissant éventuellement cette contestation d'une contre-proposition (Contre-Prop): il y a alors négociation potentielle, qui ne va pas nécessairement s'actualiser. En effet:

(3) Si A accepte immédiatement cette Contre-Prop, la négociation est en quelque sorte étouffée dans l'œuf: on dira que l'on a affaire à un simple ajustement.

Si A rejette cette contre-proposition et réasserte sa proposition initiale, c'est l'amorce d'une négociation (laquelle démarre donc avec le troisième tour) (Kerbrat-Orecchioni, 2000 : 73).

Ce schéma de base peut se voir complété par d'autres éléments (arguments en faveur de la Prop ou de la Contre-Prop, sollicitation de l'une ou de l'autre, répétitions, etc.), il peut être enrichi de manière différente selon le cas et même la négociation principale peut être entrecoupée par plusieurs sous-négociations portant sur différents aspects de l'échange. L'interaction étant une macro-unité qui englobe ce qui se passe dès l'ouverture jusqu'à la clôture de la conversation (Roulet et al., 1987, Kerbrat-Orecchioni, 1990), elle comporte habituellement plusieurs échanges, souvent inachevés ou enchevêtrés, dont chacun correspond à une négociation effective ou potentielle.

Dans ce cadre, le procédé d'hyperbolisation de contenus sémantiques qui nous intéresse ici peut lui aussi devenir l'objet d'une négociation dans la mesure où il est envisagé dans la perspective interprétative, c'est-à-dire du point de vue du destinataire-récepteur du message. L'objectif de notre courte investigation sera d'analyser un type particulier de segment qui matérialise une réaction interprétative à l'hyperbole (ou, plutôt, à ce que le destinataire interprète comme hyperbole). Cette réaction est signalée par le marqueur explicite *vous exagérez*, et nous essayerons de démontrer de quelle manière une telle interprétation devient l'amorce d'une négociation potentielle.

3. L'interprétation et la mise en cause de l'hyperbole

L'hyperbole ne se signale pas *a priori*, elle n'engage pas généralement de marqueurs explicites de type *hyperboliquement parlant, pour recourir à une hyperbole*, etc. Cependant, elle est repérable et repérée dans l'interprétation grâce à la forte valeur intensive attribuée aux contenus sémantiques engagés dans sa construction discursive. Cette valeur intensive peut être soit intrinsèque (contenue dans la signification des lexèmes), soit extrinsèque (acquise en contexte), mais elle constitue toujours le premier signal le plus important permettant de détecter le contenu hyperbolique. Une fois repérée, l'hyperbole est intégrée dans le parcours

interprétatif, ce qui permet à l'interprète-interactant³ d'en faire un objet de négociation du moment où l'emploi de cette figure lui paraît infondé. Dans ce cas, il arrive que l'hyperbole se trouve contestée ; elle est appelée alors d'habitude *exagération* (figure qui s'oppose en quelque sorte au terme neutre d'*intensification*) pour souligner que l'interprète la considère comme un acte valorisé négativement et qu'il reproche au locuteur de l'avoir employée (cf. Exemple 1).

Exemple 1

« Quels sont les effectifs de la police municipale cet été⁴ ? »

« Cette question orale a été posée à l'issue du conseil municipal d'Amboise, lundi soir, par le groupe d'opposition. « Depuis plusieurs semaines, nous observons l'absence des personnels de la police municipale dans notre ville, écrivent ces élus. Plusieurs habitants nous en ont fait la remarque et s'inquiètent de cette situation. »

« *Ne pensez-vous pas que vous exagérez, en disant cela ?* leur a répondu le maire, Christian Guyon. » « Si des habitants s'inquiètent, dites-leur de venir me voir. Moi, je n'ai reçu aucun appel. » Le maire a ensuite précisé que la police poursuivait évidemment « ses missions ». Ils prennent leurs congés d'été à tour de rôle. Habituellement, cinq agents - sur les 7 agents de terrain du service - restent en poste l'été, pendant que leurs collègues sont en vacances. Or, le maire a expliqué que deux agents de terrain étaient actuellement indisponibles : l'un est parti à la retraite - il a des congés et reste compté dans les effectifs jusqu'en novembre -, un autre est en congé maladie jusqu'au 31 août. « Remplacer au pied levé deux policiers municipaux, que je ne connais pas. Si certains font appel à des sociétés privées de gardiennage, moi, j'y suis opposé. » De plus, insiste le maire, « la coopération avec la gendarmerie donne de très bons résultats. »

Dans cette interaction, la valeur hyperbolique est attribuée par l'interprète au contenu sémantique du lexème 'absence' : le locuteur « exagère », étant donné que <moins de policiers que d'habitude> (sens hyperbolique) n'équivaut aucunement à <l'absence totale de policiers> (sens littéral). La réaction de l'interprète-interlocuteur consiste à amorcer une négociation sur le contenu hyperbolique qu'il met en cause : la question sur l'opinion du locuteur (*ne pensez-vous pas que vous exagérez en disant cela ?*) suggère que le locuteur se trompe en exagérant (= en employant l'hyperbole) et l'invite en même temps à reconsidérer encore une fois le problème pour reconnaître qu'il n'a pas raison. Une telle amorce de négociation se termine habituellement par une sorte d'« ajustement tacite » qui consiste à fournir des arguments pour justifier la mise en cause de l'hyperbole et pour clore ainsi la discussion.

Il est significatif que la mise en cause de l'hyperbole concerne souvent des contenus qui, objectivement, ne sont pas vraiment pourvus de valeur intensive, et cela non seulement au niveau de leur signification lexicale, mais même en contexte. Dans ces cas, c'est l'interprète qui attribue une valeur hyperbolique au contenu qui a été employé par l'énonciateur de manière tout à fait neutre ; tel est le cas de l'exemple (2) où l'interprétation hyperbolisante et sa mise en cause apparaît dans l'échange entre les internautes qui commentent un article sur la princesse belge Claire et ses enfants.

Exemple 2

« Claire et les enfants⁵ »

« Le 30 septembre, La Princesse Claire a visité la Maison d'Enfants Reine Marie-Henriette à Bruxelles. Cette maison d'accueil fut fondée en 1863 à l'initiative de la Reine Marie-Henriette de Belgique. Aujourd'hui, cette association vient en aide à 140 enfants âgés de 0 à 14 ans, dont les parents connaissent des parcours difficiles. Les enfants sont accueillis dans de petites unités de vie ou accompagnés dans leur famille.

[PHOTOS]

Commentaires des internautes :

Caroline de Bretagne : heureuse de revoir *cette jolie jeune femme* !!!

Quelle simplicité !!! Bon jeudi à tous !!!

hln85 : heureuse de revoir la Princesse Claire.

mo : Caroline de Bretagne *vous exagérez en disant «cette jolie femme»!* »

Dans cet échange de commentaires publiés à propos de l'article consacré à la famille royale, l'usager *mo* conteste l'opinion subjective de *Caroline de Bretagne* selon qui la princesse Claire est une « jolie femme » : comme celui-là n'accepte pas l'adjectif *jolie* dans ce contexte, il lui attribue dans l'interprétation une valeur hyperbolique, la conteste et en fait une sorte de reproche à l'énonciateur (« vous exagérez en disant *cette jolie femme* »). Bien que celui-ci ne réponde pas et en dépit de la conviction socialement admise selon laquelle *de gustibus et coloribus non est disputandum*, la négociation est amorcée par le fait même de contester la Prop présumée (<la Princesse Claire est une jolie femme>) par une Contre-Prop, elle aussi implicite (« vous exagérez en disant *cette jolie femme* » sous-entend <la Princesse Claire n'est pas une jolie femme>). L'hyperbolisation contextuelle du contenu de l'adjectif *jolie* ne se fait donc que dans l'interprétation et, en plus, elle se trouve tout de suite contestée par l'interprète qui impose de cette manière indirecte sa propre opinion sur l'aspect physique de la princesse.

Pourtant, il arrive qu'une interprétation « hyperbolique », suivie par sa mise en cause (« vous exagérez »), soit inexacte et/ou abusive, parfois même teintée d'ironie. Tel est le cas de l'exemple (3) où, de nouveau, le phénomène qui nous intéresse s'observe dans un échange de commentaires à propos d'un article publié en ligne.

Exemple 3

« Un prince saoudien s'offre le château Bruni pour la bagatelle de 17.5 millions d'euros. Indécent? »

« Castagneto Po, le château appartenant depuis 1952 à la famille de Carla Bruni, 1ère Dame de France, vient de changer de propriétaire, selon « *La Dépêche du Midi* », via *AFP*.

C'est un riche prince saoudien, Al-Walid, 22ème fortune du monde (d'après Forbes) qui s'est offert ce site turinois pour la modique somme de 17,5 millions d'euros, selon le quotidien italien *La Stampa* (...).

Commentaires des internautes :

Lokhikoul ArhOz : J'avais déjà dit sur un autre post *que Sarkozy «offre» tout le patrimoine français aux princes saoudiens*. J'avais aussi dit que ce n'était pas la faute de ceux qui achetaient, mais de ceux qui leur permettaient d'acheter.

edas : *mais vous exagerez cher ami ! Turin, c'est la France maintenant ? »*

L'amorce de la négociation concerne ici l'opinion de *Lokhikoul ArhOz* selon qui Sarkozy et sa famille s'apprête à vendre « tout le patrimoine français » aux étrangers (Prop). Comme l'article commenté ne concerne que la vente du château turinois de Carla Bruni, l'expression « tout le patrimoine français » a effectivement une valeur hyperbolique. Pourtant, ce n'est pas cette globalisation abusive qui fait l'objet de l'interprétation hyperbolisante de l'usager *edas* ; celui-ci se concentre en fait sur l'adjectif *français* en signalant ironiquement l'erreur de *Lokhikoul ArhOz* (« Turin, c'est la France maintenant ? ») pour le contester d'une manière indirecte. Cet exemple d'échange illustre la situation (bien fréquente dans les interactions quotidiennes) où l'objet contesté/négocié ne correspond pas à la Prop de l'énonciateur, mais résulte de l'interprétation. Lors de celle-ci, l'interprète peut soit déformer l'intention de l'énonciateur (à dessein ou non), soit se concentrer, comme dans l'exemple (3), sur une erreur ou une inconséquence du contenu de son énoncé, ce qui sert de point de départ pour mettre celui-là en cause. Dans l'échange analysé, le marqueur d'interprétation hyperbolique (« mais vous exagérez cher ami ! ») ne sert pas, paradoxalement, à contester l'intensification du contenu (« *tout le patrimoine français* »), mais plutôt à signaler la portée abusive de cette hyperbole qui inclut un château turinois dans l'ensemble du patrimoine français.

Dans certains cas, l'intention hyperbolisante de l'énonciateur est délibérément manifestée dans son énoncé grâce à quoi la négociation peut devenir plus développée (cf. l'exemple 4).

Exemple 4

« Entretien exclusif Yannick Noah⁷ »

« Avant de partir aux Etats-Unis, Yannick Noah a accordé une interview à Néoplanète. Il quitte la France et part à New-York pour se ressourcer. Il veut partager plus de moments avec sa famille. Et il avoue que ce sont ses enfants qui l'ont sensibilisé à l'écologie et poussé à enregistrer « Aux arbres citoyens » (Propos recueillis par Franck Rousseau).

FR : On connaît le Yannick tennisman, le Yannick chanteur, le Yannick au grand cœur. Qu'en est-il du Yannick éco civique...

YN : Ce sont mes plus jeunes filles, Elijah 12 ans et Jénayé, 11 ans (Ndlr : fruits de son union avec le mannequin Heather Stewart-Whythe) qui m'ont fait prendre conscience qu'il fallait que je change mes désastreuses habitudes. Leurs institutrices respectives venaient de leur enseigner les rudiments de l'écologie. Je me souviens que le premier cours qu'elles avaient reçu concernait la préservation de l'eau. A écouter mes gamines, papa ne devait plus utiliser d'eau pour se raser et ne prendre qu'un bain par semaine ! (rires). Ce qui m'a surtout bluffé, c'est le sérieux avec lequel elles défendaient la cause environnementale. *Moi, à leur âge, j'étais ignare en la matière...*

FR : *Vous exagérez...*

Mais pas du tout ! A mon époque, lorsqu'on parlait « écologie », ça nous faisait doucement marrer (...).

Dans cet échange, qui est une interview transcrite et publiée dans Internet, l'interviewé emploie un lexème à valeur péjorative *ignare* qui, de par sa signification, présente une valeur intensive (*ignare, adj.* <d'une ignorance complète>, *Grand Robert de la langue française*). Vu qu'il l'emploie par rapport à lui-même, l'intervieweur se sent obligé de nuancer (que ce soit par politesse ou pour une toute autre raison) cette valeur péjorative en mettant en relief non pas celle-ci, mais l'aspect intensif qui l'accompagne. Il signale son interprétation hyperbolisante par le marqueur le plus typique « vous exagérez... » (Contre-Prop), ce qui conteste non pas le contenu même de la Prop (« moi, à leur âge, j'étais ignare en la matière »), mais seulement sa valeur intensive. Or, dans ce cas, l'énonciateur retient sa Prop (Re-Prop : « Mais pas du tout ! » + justification), ce qui fait naître une négociation à proprement parler entre les interactants. Si elle ne se développe pas dans la suite de l'échange, c'est que la Prop est une sorte d'autocritique qui, une fois retenue par l'interviewé, ne saurait être contestée davantage, ne serait-ce que pour les raisons de l'économie de l'échange.

4. Conclusion

Etant donné les dimensions restreintes du présent article, les analyses que nous venons de proposer ne présentent qu'un échantillon d'exemples pertinents d'échanges où l'objet de la négociation conversationnelle, qu'elle soit effective (développée) ou seulement potentielle (amorcée), concerne l'intensification d'un contenu sémantique ou, plus précisément, son interprétation hyperbolisante. Il nous a paru intéressant de démontrer que l'emploi de l'hyperbole en tant que forme d'intensification du contenu sémantique est négociable au même titre que tout autre élément sémantique (effets de sens) ou structural (durée, clôture, structure de l'interaction), ce qui fait ressortir l'importance de la perspective interprétative dans l'analyse des figures du discours et de leur impact réel sur le destinataire.

En effet, il nous semble intéressant de noter que les marqueurs (plus ou moins) explicites de l'hyperbole - de même que ceux des figures du discours en général - non seulement signalent la présence d'un sens figuratif prévu et voulu par l'énonciateur, mais ils sont aussi susceptibles de servir à l'interprète pour forcer une interprétation hyperbolisante subjective, voire abusive. En ce qui concerne le marqueur *vous exagérez* analysé ici, vu que le verbe *exagérer* est lui-même pourvu d'une valeur péjorative et/ou polémique déjà au niveau de sa signification lexicale, il amorce (du moins potentiellement) une négociation sur l'intensification du contenu sémantique auquel il se rapporte. Même si, pour différentes raisons, cette négociation ne se développe pas dans la suite de l'échange, il n'en reste pas moins qu'elle est déclenchée : l'expression *vous exagérez* joue ici le rôle d'introducteur pour une Contre-Prop qui conteste la valeur hyperbolique attribuée au contenu sémantique dans l'énonciation et/ou dans l'interprétation.

Bibliographie

- Bonhomme, M. 1998. *Les figures clés du discours*. Paris : Seuil.
- Bonhomme, M. 2005. *Pragmatique des figures du discours*. Paris : Champion.
- Brown, P. Levinson S. 1987. *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge : C.U.P.
- Fontanier, P. 1968. *Les figures du discours*. Paris : Flammarion.
- Goffman, E., 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne. Les relations en public*. t. 2, Paris : Minuit.
- Grand Robert de la langue française (Le)*, [en ligne] : <http://www.lerobert.com/index.php>. [consulté le 16 mars 2016].
- Horak, A. (dir.) 2011. *La litote. Hommage à Marc Bonhomme*. Berne : Peter Lang,
- Horak, A. (éd.), 2014-2015. *L'hyperbole rhétorique*, Tranel 61-62, Neuchâtel.
- Izert, M., 2015. Est-ce que méga-facile est plus facile qu'ultra-facile ? La construction préfixale de l'intensité . In : Wróblewska-Pawlak K., Kieliszczuk A., *L'intensification et ses différents aspects*, Varsovie : Université de Varsovie, p. 29-42.
- Kerbrat-Orecchioni, C. 1986. *L'Implicite*. Paris : Armand Colin.

- Kerbrat-Orecchioni, C. 1990. *Les Interactions verbales*, vol. 1, Paris : Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni, C. 2000. « L'Analyse des interactions verbales: la notion de *négociation conversationnelle*. Défense et illustration », *Lalies*, 20, p. 63-141.
- Kerbrat-Orecchioni, C. 2002. Hyperbole. In : Charaudeau, P., Maingueneau, D. (dir.), *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil. p. 295-297.
- Perrin, L. 1990. « Bonheur et malheur des hyperboles. Les effets de l'exagération dans l'interprétation des énoncés », *Cahiers de Linguistique française*, n° 11, p. 199-214.
- Perrin, L. 1996, *L'ironie mise en trope*, Paris : Kimé.
- Romero, C. 2004. « Plus ou moins ?! L'atténuation et l'intensification dans les langues romanes ». In : Araújo Carreira, M. H. (dir.), *Actes de journées d'étude, Paris 8 : 12-13 décembre 2003, Travaux et Documents 24*, Presses Universitaires de Vincennes, p. 265-282.
- Roulet, E. et al. 1987. *L'articulation du discours en français contemporain*. Berne-Paris : Peter Lang.

Notes

1. L'hyperbole s'apparente à la *litote*, son contraire, par le fait que, dans ces deux figures, les sens littéral et figuratif occupent une position différente sur un même axe intensif (cf. Kerbrat-Orecchioni 1986). Ainsi, dans la *litote* (*hypo-assertion*, ang. *hypostatement*), le sens dérivé est plus fort que le sens littéral (*je ne te hais point pour je t'aime*), alors que dans l'hyperbole (*hyper-assertion*, ang. *hyperstatement*), à l'inverse, le sens dérivé est plus faible que le sens littéral (*je t'adore pour je t'aime*, cf. *ibid.*).
2. Pour les approches linguistiques de l'hyperbole et de la *litote*, cf. p. ex. Perrin (1990, 1996), Bonhomme (1998, 2005), Kerbrat-Orecchioni (1986, 2002), Romero (2004), Horak (2011, 2014-2015).
3. C'est-à-dire celui qui, sans être seulement un observateur passif, participe activement dans l'interaction.
4. <http://www.lanouvellerepublique.fr/Indre-et-Loire/Actualite/Politique/n/Contenus/Articles/2014/07/25/Quels-sont-les-effectifs-de-la-police-municipale-cet-ete-1995050> [consulté le 16 mars 2016].
5. <http://royautes.ek.la/claire-et-les-enfants-a8665105?noajax&mobile=1> [consulté le 16 mars 2016].
6. http://archives-lepost.huffingtonpost.fr/article/2009/05/30/1556999_un-prince-saoudien-s-offre-le-chateau-bruni-pour-la-bagatelle-de-17-5-millions-d-euros-indecnt.html [consulté le 16 mars 2016].
7. <http://www.neo-planete.com/entretien-exclusif-yannick-noah-ecolo-grace-a-ses-enfants/> [consulté le 16 mars 2016].