

La Rhétorique

Comme art de persuader

Dans le *Gorgias* ou *De la Rhétorique*, Platon distingue persuader et convaincre. Il établit une hiérarchie entre la rhétorique qu'il réduit à une manipulation par la séduction et la philosophie qui seule parvient à la vérité.

Pourtant, ce qui relève des affaires humaines est rarement de l'ordre de la vérité démontrable ou démontrée. Le vraisemblable et l'opérable sont souvent considérés comme la faiblesse de la rhétorique, car ils la situent en dehors du cercle de la vérité. En réalité, la rhétorique permet de raisonner et de communiquer en fonction de normes de rationalité dans les innombrables domaines où la vérité absolue ne peut être garantie.

Dans sa *Rhétorique*, Aristote met en évidence trois *πίστεις* (pisteis) ou « preuves », c'est-à-dire trois moyens de persuader, trois types d'arguments :

- l'*ἦθος* (*êthos*) est l'image de soi que l'orateur construit dans son discours pour contribuer à l'efficacité de son dire. Comme le souligne Barthes, « L'orateur énonce une information et en même temps il dit : je suis ceci, je ne suis pas cela ». Il reste à savoir si le dire est plus important que l'être. Selon Aristote, les orateurs inspirent confiance : a) si leurs arguments sont compétents, raisonnables et délibérés ; b) s'ils sont sincères, honnêtes et équitables ; et c) s'ils montrent de la solidarité, de l'obligeance et de l'amabilité envers son public.
- le *πάθος* (*pathos*) est l'ensemble des moyens de mettre le public en une certaine disposition, propice à l'accueil des propos de l'orateur. Il s'agit donc des émotions, passions et sentiments (colère, calme, amitié, haine, crainte, confiance, honte, impudence, obligeance, pitié, indignation, envie, émulation, mépris) que l'orateur doit connaître et susciter chez son public. Mais si, comme le dit Aristote, « la passion est ce qui, en nous modifiant, produit des différences dans nos jugements », l'action sur les hommes par les émotions ne contrarierait-elle pas les exigences de rationalité ?
- le *λόγος* (*logos*) concerne les stratégies discursives ou l'argumentation proprement dite. Aristote place au cœur du logos deux procédures logiques : la déduction et l'induction, l'enthymème (syllogisme incomplet) et l'exemple (analogie). Or la déduction est tautologique et dépend de la validité des prémisses, alors que l'induction ne peut garantir sa vérité.

Comme art de bien parler

La rhétorique classique se fonde sur :

- l'*inventio* : le contenu du discours, le choix des arguments ;
- la *dispositio* : l'organisation des éléments du discours (logique) ;
- l'*elocutio* : le style (stylistique) ;
- la *memoria* : la mémorisation du discours ;
- et l'*actio* : l'exercice public de la parole basé sur la voix et la gestuelle.

La *memoria* et l'*actio* perdent de leur importance en raison du rôle de plus en plus réduit de l'exercice oral de la parole en public. De même, la distinction entre grammairien, rhétoricien et dialecticien dans l'enseignement médiéval des arts libéraux, transpose l'*inventio* et la *dispositio* à la philosophie. La rhétorique se limite alors au style et à ses figures.

On est dès lors en droit de se demander dans quelle mesure le style contribue à l'impact de la parole sur son public ou, autrement dit, quels sont les rapports entre esthétique et rhétorique.