# Antithèse, oxymore, paradoxe : 3 figures d’opposition

**La langue française offre d’infinies possibilités d’exprimer la même idée. Les figures de style sont là pour nous y aider. Aujourd’hui, intéressons-nous à trois procédés fondés sur l’opposition de mots contraires. Leur but ? Attirer l’attention, susciter la surprise, faire réfléchir, marquer durablement notre esprit. Voici le « mode d’emploi » de l’antithèse, de l’oxymore et du paradoxe.**

**1) L’antithèse**

L’antithèse consiste à rapprocher, au sein du même énoncé, deux pensées, deux expressions, afin de créer un contraste fort. Par exemple, dans *Ruy Blas* (1838), Victor Hugo évoque *« un ver de terre amoureux d’une étoile »*.

Généralement, l’antithèse met en parallèle deux antonymes : *« Selon que vous serez puissant ou misérable, les jugements de cour vous rendront blanc ou noir »* (La Fontaine), *« À vaincre sans péril, on triomphe sans gloire »* (Corneille).

De nombreux titres d’œuvres reposent sur l’antithèse. Les antonymes sont bien souvent coordonnés, ce qui donne un effet de symétrie : *Le Rouge et le Noir* (Stendhal), *L’Être et le Néant* (Sartre), *Guerre et Paix* (Tolstoï), *La Belle et la Bête*, *Quatre mariages et un enterrement*, *Des hommes et des dieux*…

**2) L’oxymore**

L’oxymore, aussi appelé « oxymoron », réunit des mots de sens opposé, souvent un nom et un adjectif.

La littérature classique nous a fourni les plus beaux. *Le Cid* de Corneille, qui contient déjà une célèbre litote (*« Va, je ne te hais point ! »*), propose l’oxymore suivant : *« Cette obscure clarté qui tombe des étoiles ».* Dans un de ses poèmes, Victor Hugo compare les hommes à des *« nains géants*». Balzac, quant à lui, qualifie de *« sublime horreur »* la blessure au crâne du colonel Chabert.

La publicité s’est également saisie du procédé. Déjà, dans les années 1980, le parfum masculin Drakkar Noir promettait une *« douce violence »* tandis que François Mitterrand étalait sa *« force tranquille »* sur ses affiches de campagne.

*N.B. Pour former un oxymore, les mots de sens contraire sont toujours accolés, tandis que l’antithèse ne fait que les unir au sein d’une même proposition.*

**3) Le paradoxe**

Un paradoxe, du grec *para*, « contre », et *doxa*, « opinion », est une idée qui va à l’encontre de l’opinion commune. Cette figure de style repose sur le rapprochement de mots opposés (antithèse) au sein d’une expression dépourvue de sens logique… Du moins en apparence !

Ainsi, Jacques Prévert a écrit : *« Paris est tout petit, c’est là sa vraie grandeur. »* Poussé à son paroxysme, le paradoxe tutoie l’absurde.

Pas étonnant qu’il soit employé dans le cinéma et la publicité ! Ainsi, *« Vivement aujourd’hui »* est le slogan d’une grande enseigne de distribution. Une invitation à profiter du moment présent ? Autre paradoxe publicitaire, l’accroche de ce site dédié aux relations extraconjugales, qui a fait couler beaucoup d’encre : *« Et si cette année vous trompiez votre amant avec votre mari ? »*

*N.B. Le paradoxe va encore plus loin que l’oxymore et l’antithèse. D’apparence absurde, il invite à réfléchir ou révèle une vérité.*

Publié le **2 novembre 2016** par **[Sandrine Campese](https://www.projet-voltaire.fr/auteur/sandrine/)**

https://www.projet-voltaire.fr/culture-generale/antithese-oxymore-paradoxe-figures-de-style-opposition/