

Revue d'Études Françaises  
N° 25 (2021)  
DOI : 10.37587/ref.2021.1.19

HENRIETT SZEGH

**Anna T. Litovkina, Hrisztalina Hrisztova-Gotthardt, Péter Barta, Katalin Vargha, Wolfgang Mieder, *Anti-proverbs in five languages. Structural Features and Verbal Humor Devices, Switzerland, Palgrave MacMillan, 2022, 257***

Le livre intitulé *Anti-Proverbs in five languages Structural features and verbal humor devices* est le travail de cinq auteurs venant de quatre pays différents. En 2006, à Budapest, ils ont créé le Groupe international de recherche sur le folklore et la linguistique dans le but d'explorer certains genres mineurs du folklore, en particulier les proverbes, les anti-proverbes et les blagues, et de mener des études comparatives en se concentrant sur des textes dans différentes langues et différents contextes sociaux et culturels.

Cette monographie comparative pionnière des anti-proverbes anglais, allemands, français, russes et hongrois en analyse la genèse, les modes d'altération, la structure et l'utilisation. Le livre se compose de huit chapitres dont le premier, introductif, passe en revue les études internationales sur les proverbes et les anti-proverbes. Les autres chapitres sont divisés en deux grandes parties. La première (chapitres 2-5) met l'accent sur les caractéristiques formelles des altérations (structure de surface, morphologie, phonologie) utilisées pour créer des anti-proverbes. Elle traite de nombreux types de modifications apportées aux proverbes (ajout, omission, substitution), le degré de modification (ordre des mots, ponctuation), l'emplacement de l'élément modifié (au début, à côté, à la fin d'un mot, de la phrase, éventuellement à plusieurs endroits), et le mélange des proverbes. La deuxième partie (chapitres 6-7) étudie les caractéristiques fonctionnelles (humour verbal, stylistique, rhétorique) que l'on trouve dans les anti-proverbes, en essayant de répondre à la question de la naissance de l'effet humoristique. Le chapitre 6 examine les jeux de mots (basés sur la paronymie, la polysémie, l'homonymie et l'homophonie), le chapitre 7 se penche sur d'autres sources d'humour linguistique (la littéralisation, la rime et la répétition). Le chapitre 8 contient le résumé du livre, donne un aperçu des tendances générales identifiées malgré la diversité des changements et des langues, et attire l'attention sur la fusion

de différentes approches, sur le contexte, sur les études comparatives et sur les enquêtes quantitatives, avec quelques implications pour des recherches ultérieures.

L'introduction nous apprend que les proverbes n'ont jamais été considérés comme des vérités absolues. Puisque les proverbes reflètent des expériences humaines de toutes sortes, ils sont voués à se contredire les uns les autres, tout comme la vie est constituée d'une multitude de contradictions.

Comme le proverbe est par nature une généralisation, il ne peut pas en lui-même être défini comme « vrai » ou « faux ». Et comme il est facile de trouver des exceptions à presque toutes les généralisations, les proverbes sont souvent modifiés pour fournir des commentaires satiriques, ironiques ou humoristiques sur une situation donnée. Partout dans le monde, les gens ont résumé leurs expériences et leurs observations en de petites unités linguistiques faciles à mémoriser et répéter. Ces proverbes traditionnels remontent au tout début des documents écrits. Beaucoup de proverbes de l'Antiquité grecque ou romaine sont utilisés aujourd'hui : *Times flies* (Le temps passe vite), *Big fish eat little fish* (Les gros poissons mangent les petits poissons). Il en est de même pour de nombreux proverbes latins médiévaux qui étaient utilisés pour les exercices de traduction dans les écoles et qui se sont retrouvés dans les langues vernaculaires, à savoir *All that glitters is not gold* (*Tout ce qui brille n'est pas de l'or*). Les différentes traductions de la Bible ont également diffusé de nombreux proverbes à travers l'Europe et au-delà. Bien sûr, les différentes cultures et langues ont leurs proverbes indigènes, avec des milliers de textes qui n'ont pas été diffusés au-delà de leurs frontières linguistiques d'origine. Cependant, l'anglais étant devenu la lingua franca du monde, de nombreux proverbes anglo-américains ont été diffusés dans le monde entier, soit en anglais, soit en traduction. Par exemple, *An apple a day keeps the doctor away* (*Une pomme par jour, la santé toute l'année !*). Cette incroyable richesse de proverbes a été recueillie et enregistrée dans des collections de proverbes volumineuses. En fait, il existe un domaine d'étude à part appelé parémiographie, d'après le mot grec „paremia” qui signifie proverbe.

Pendant des siècles, les proverbes ont fourni un cadre pour une transformation sans fin. Pour désigner ces innovations délibérées de proverbes, Wolfgang Mieder a inventé le terme *Antispruchwort* (anti-proverbe). Il a été largement accepté par les spécialistes du proverbe dans le monde entier : *anti-proverb* (anglais), *anti (-) proverbe* (français), *антипословица* (russe), et *anti (-) proverbium* (hongrois). Les modifications de proverbes sont aussi anciennes que les proverbes eux-mêmes. Ils ont prospéré à l'époque classique et à toutes les époques suivantes.

Les anti-proverbes apparaissent dans un large éventail de contextes génériques, des lettres personnelles aux journaux philosophiques, des conférences et sermons aux chansons, de la science-fictionaux dessins animés. Ils sont aussi nombreux sur Internet, dans des slogans publicitaires, dans des titres de livres, d'articles, de magazines et de journaux. Les anti-proverbes ont également trouvé leur place dans la poésie. En général, un anti-proverbe ne suscite l'humour que si le proverbe traditionnel sur lequel il est basé est également connu, ce qui permet au lecteur ou à l'auditeur de percevoir l'incongruité entre les deux expressions. Lorsqu'il est traduit d'une langue à l'autre, un anti-proverbe perd le plus souvent son message : les parodies ou les jeux de mots caractéristiques d'une langue ne sont que rarement transposés avec succès dans une autre.

La première partie de l'ouvrage examine les nombreuses façons de déformer les proverbes, les plus courantes et les plus populaires étant l'ajout (insertion), l'omission (suppression) et la substitution. Malgré la diversité des changements et des langues, l'analyse a clairement identifié certaines tendances. Tout d'abord, les auteurs du livre ont constaté que l'omission est beaucoup moins fréquente que l'addition. La raison en est que l'omission, en tronquant le proverbe original (en la privant d'un mot, d'une partie de la phrase), rend plus difficile l'identification du segment sous-jacent, alors que l'ajout le conserve. En outre, ils ont noté que l'ajout d'une ou plusieurs propositions au proverbe original est la manière la plus populaire de parodier. En plus des tendances générales, des différences ont été révélées entre les langues : les mélanges en anglais semblent moins fréquents que dans les autres langues, tandis que le français préfère les proverbes originaux comportant un grand nombre de mots.

La deuxième partie de l'ouvrage traite de l'humour linguistique des anti-proverbes. Elle parle des trois principaux types de jeux de mots, à savoir la paronomase, la polysémie et l'homonymie, et l'homophonie. L'étude montre que les différentes langues utilisent approximativement les mêmes procédés : substitution d'un mot, ajout ou omission d'un ou de deux sons, remplacement d'un son par deux, et vice versa. Dans le cas de l'homophonie, les langues à écriture phonétique et non phonétique forment deux groupes relativement distincts (allemand, russe, hongrois et anglais, français). Aucune parodie n'a pu être trouvée lorsque la modification s'appuie sur l'homographie. Il est à noter que les parodies basées sur l'homonymie/polysémie et l'homophonie sont plus rares que celles qui utilisent la paronomase pour la simple raison qu'un mot a souvent de nombreux paronymes. Au contraire, les mots dont la prononciation (et

l'orthographe) est identique sont beaucoup plus rares. Les auteurs ont également abordé la répétition de mots ou de sons identiques ou phonétiquement similaires comme d'autres moyens populaires d'humour linguistique anti-proverbial. Ils ont constaté qu'un ou deux éléments peuvent être répétés deux, trois, jusqu'à quatre fois, voire plus. L'élément répétitif peut être un ajout, ou il peut faire partie d'un proverbe original. Il est en outre précisé que la nature métaphorique étant un trait caractéristique du proverbe, est particulièrement apte à la parodie. L'apparition de la rime est également examinée. D'après le matériel du livre, les proverbes originaux rimés et non rimés peuvent former des anti-proverbes rimés ou non rimés.

Sur la base de ce qui précède, on peut dire que les proverbes ne sont pas des textes entièrement figés, mais sont adaptés à l'usage de la langue, à la mentalité et au contexte de chaque époque. Dans ce contexte, les anti-proverbes peuvent également être considérés comme des variantes, formant un groupe de textes bien distinct des proverbes traditionnels. Il va sans dire que l'objectif le plus important pour les parémiographes dans le domaine des anti-proverbes est de les collecter pour les publier dans toutes les cultures où ils existent. Il existe d'autres objectifs tout aussi passionnants : mener des analyses culturelles et historiques sur les proverbes individuels, en retraçant leurs différentes apparitions sous formes d'anti-proverbes ; comparer et contraster les types les plus courants de transformation des proverbes dans des langues autres que celles abordées dans cet ouvrage ; discuter des attitudes fondamentales présentées dans les anti-proverbes de différentes langues ; mener des études interculturelles sur les sujets les plus fréquemment traités dans les anti-proverbes de différentes langues, dans différents pays ; identifier les anti-proverbes identiques dans différentes langues, analyser les processus de créativité impliqués dans la création et l'interprétation des anti-proverbes ; évaluer le caractère amusant des anti-proverbes des cultures autres que celles de la Hongrie, des États-Unis, de l'Allemagne, de l'Autriche et de la Suisse, procéder à des analyses comparatives et étudier la correspondance et les différences entre les cultures en matière de perception de l'humour ; étudier l'interaction entre le proverbe modifié et l'élément visuel qui l'accompagne (photo, dessin animé, même).

---

HENRIETT SZEGH

Université Eötvös Loránd de Budapest  
Courriel : henriett.szegh@groupama.hu