Document generated on 10/12/2024 1:42 a.m.

Journal des traducteurs
Translators' Journal

Marcel, Galliot, Essai sur la langue de la réclame contemporaine. Toulouse, Edouard Privat, Collection Universitas, 1955. [579 p. Bibliographie pp. 559-561, Index]

Jean-Paul Vinay

Volume 2, Number 2, 2e Trimestre 1957

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1061359ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1061359ar

See table of contents

Publisher(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0316-3024 (print)
2562-2994 (digital)

Explore this journal

Cite this review

Vinay, J.-P. (1957). Review of [Marcel, Galliot, Essai sur la langue de la réclame contemporaine. Toulouse, Edouard Privat, Collection Universitas, 1955. [579 p. Bibliographie pp. 559-561, Index]]. *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, *2*(2), 64–65. https://doi.org/10.7202/1061359ar

Tous droits réservés © Les Presses de l'Université de Montréal, 1957

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

¶ Marcel Galliot, *Essai sur la langue de la réclame contemporaine.* Toulouse, Edouard Privat, Collection Universitas, 1955. [579 p. Bibliographie pp. 559-561, Index.]

Un livre très utile, tant au linguiste et au stylisticien qu'au rédacteur d'annonces et au traducteur de textes publicitaires; touffu, exubérant, assez mal organisé, un peu comme le sujet qu'il traite, c'est une mine de renseignements qu'il convient d'examiner par fragments pour en tirer des conclusions utilisables dans le domaine de la traduction. Ce besoin de compulser le texte, d'en extraire constamment des exemples et des suggestions me fait précisément regretter la déficience de l'index, qui aurait pu aisément être doublé. Il y a évidemment une *Table des Matières* détaillée (pp. 572-578) qui permet de s'y retrouver sans trop de difficulté, mais l'absence, dans l'Index, de termes-clés tels que "allusions prestigieuses", "phrase désarticulée", "énoncé versifié", qui sont pourtant des points importants de la discussion, témoigne de la rédaction trop hâtive d'un instrument de travail d'autant plus indispensable que la matière est abondante et diversifiée.

Ce n'est là qu'une critique de détail à propos d'un ouvrage fort bien imprimé, où coquilles et fautes d'impression sont heureusement absentes. Il y a plus à dire sur le fond; comme le titre l'indique, il s'agit de *langue,* donc de linguistique et non exclusivement de stylistique; par ailleurs, ce n'est pas une étude comparative, et cette langue est définie par rapport à elle-même ou, si l'on veut, par opposition aux autres phénomènes du français qui ne se rapportent pas à la réclame et forment ainsi une toile de fond "neutre". Le traducteur qui évolue dans un domaine purement comparatif, pourra donc tirer profit de ces remarques à condition de les transposer par opposition à l'anglais. Cette transposition sera double, car elle intéressera à la fois les *moyens* (structuraux et stylistiques) et la *conception* (rédactionnelle et graphique). Il est curieux de constater que M. Galliot n'a pas jugé bon d'étudier les rapports entre les procédés linguistiques et les procédés graphiques (que nous étudions très sommairement aux pages 51-54) alors qu'il apparait bien que ce rapport est très étroit en français et qu'il tend à le devenir pour d'autres langues, l'allemand par exemple. L'absence de traitement comparatif ne nous permet pas non plus de décider si les annonces françaises sont plus ou moins loquaces que celles rédigées en anglais. J'ai toujours pensé qu'elles l'étaient moins, et que l'art suprême de la publicité française tenait en peu de mots soulignant une image bien choisie; mais l'auteur n'apporte pas de lumière là-dessus.

Il ne faudrait pas croire, sur la foi de ces remarques, que la stylistique comparée n'a rien à apprendre de M. Galliot : au contraire. Si nous extrayons de l'ouvrage des développements particulièrement bien venus et riches d'observations (*Valeurs stylistiques de l'article,* pp. 389-393, *les possessifs,* pp. 394-396) il est possible de les opposer tels quels aux comportements anglais correspondants pour en tirer un utile parti. Cependant, l'étude parallèle sur "la langue de la réclame anglaise" reste à faire, et pour le moment nous ne pouvons utiliser que des remarques fragmentaires.

L'ouvrage se divise en trois grandes parties, entre lesquelles d'ailleurs un certain chevauchement (peut-être inévitable) n'est pas exclu : la *Psychologie de la réclame; le "matériel" de la langue publicitaire; la rédaction publicitaire.* C'est évidemment dans cette dernière partie que se trouvent les remarques stylistiques les plus fouillées; emploi des temps et des modes, emploi de l'épithète, du comparatif, des procédés de style et ornements divers, des procédés sonores : versification, allitération, rythme, etc. Tout le chapitre est à étudier de près, ainsi que le chapitre VI de la première partie, qui traite des *Références mineures,* titre trop modeste pour caractériser un procédé d'allusion qui semble bien à la base même de la réclame.

En fermant ce livre, on peut se demander quels sont les éléments qui en demeurent valables pour le traducteur partant d'un texte publicitaire de conception anglo-saxonne (et américaine par surcroît) et s'adressant à un public canadien fortement américanisé. Il est certain que, par la force des choses, une grande partie de ce livre, qui traite de la création lexicologique en publicité, ne s'applique pas ici; le nom des produits est en général imposé par le fabricant et, dans le cas d'annonces lues à la radio ou la télévision, ce même nom est prononcé avec un soin extrême, qui coupe le rythme d'une façon désagréable et impose à l'oreille des sons étrangers. Pourtant, j'ai l'impression qu'un effort du traducteur ou du conseil en publicité vers une *adaptation* plutôt qu'une traduction pourrait s'inspirer utilement de certains matériaux du volume, compte tenu des préférences particulières du public canadien. La qualité sensiblement meilleure de nos affiches laisse présager une telle évolution, qu'il faudrait sans doute préparer sérieusement par une endoctrination des annon-

ceurs anglophones, qui ne peuvent apprécier les effets stylistiques d'une langue dont ils ignorent en général tous les rudiments. Une telle action relève sans doute d'un *Congrès de refrancisation* : mais ce sera une oeuvre de longue haleine.

En conclusion, M. Galliot se demande quelle est l'influence de la langue de la réclame sur la langue tout court. Influence certaine, dit-il, mais limitée; elle n'apparaît pas comme la grande forcec révolutionnaire qui, selon certains, mènerait le français à sa ruine. Cependant, "par la facilité qu'elle manifeste à employer tant de mots à tort et à travers, moins pour leur signification que pour leur *effet*, elle accoutume les gens à l'à peu près, à un contrôle moins serré de leur expression, — à traduire sans précision une pensée sans rigueur."

J.-P. V.

¶ Adolphe Thomas, *Dictionnaire des difficultés de la langue française*, librairie Larousse, I vol. relié (13.5 x 20 cm.), 448 pages.

La librairie Larousse vient de publier il y a quelques mois, un Dictionnaire des difficultés de la langue française, continuant ainsi la série de ses dictionnaires. L'ouvrage est présenté d'une façon très agréable dans un format maniable. Il sera d'un grand intérêt pour le traducteur dont le souci est d'user correctement du français. De style direct et concis, c'est un véritable manuel de consultation qui traite de l'orthographe, de la prononciation, du genre et du nombre, de la grammaire en général, de la ponctuation, des barbarismes, des synonymes, des paronymes, des pléonasmes et des difficultés d'ordre général.

On y apprendra par exemple qu'on ne doit pas dire *un* azalée ou *une* astérisque; qu'on accroche son manteau à *une* patère; qu'on s'engage dans *une* impasse et non pas dans *un* impasse; qu'*un* bel italique est du masculin; que *liséré* s'écrit avec deux accents et que la prononciation (lizre), pour être fréquente n'en est pas moins fautive; qu'un *impétrant* n'est pas celui qui sollicite quelque chose, mais qui l'obtient; qu'on ne doit pas dire *pareil que* mais *pareil à*; que des cheveux *calamistrés*, Madame, sont ondulés au fer et non plaqués; que Didon *fonda* Carthage mais ne la *fondit* point; qu'un *dilemme* n'est pas une *alternative* et ne s'écrit pas *dilemne;* qu'un *bacchanal* n'est pas forcément une *bacchanale*, et autres choses semblables sur lesquelles chacun, si sûr qu'il se croie, peut broncher.

Ce n'est pas le Dictionnaire Larousse ni encore moins une encyclopédie du langage; c'est une somme de toutes les difficultés que l'on rencontre le plus fréquemment et tous les jours. Adolphe Thomas, chef correcteur chez Larousse depuis nombre d'années, les a accumulées, classées et enfin publiées. Traducteurs, voilà un instrument de travail bien utile !

R. S.

¶ Steinkohl, Ludwig, "Glorie e misere del traductor", *Cosmoglotta*, XXXVI. 197 (Mars-avril 1957) : 17-20.

Signalons cet article surtout à titre de curiosité; il fut rédigé, semble-t-il, en allemand et traduit pour la revue *Cosmoglotta* dans une langue artificielle internationale qui s'appelait autrefois l'*Occidental* et qui porte maintenant le nom d'*Interlingue*. La revue est d'ailleurs un organe très vivant, exposant une cause qui revient périodiquement au premier plan de l'actualité : celle d'une langue internationale fabriquée artificiellement à partir des éléments communs de nos langues occidentales. Et qui dit "éléments communs" dit le plus souvent éléments latins, ou français; de sorte que les lecteurs de langue française, avec quelques souvenirs encore précis des principales racines latines, devraient être capables de comprendre à vue un texte comme celui-ci, extrait de l'article de M. Steinkohl : "La responsabilità del interpretes de conferenties have un grand pesa. Sovente ili deve traducter alquò quo totmen ne es traductibil, p. ex.. le francesi "sécurité", li anglesi "balance of power" o li german 'Lebensraum". Por li interpret in conferenties, quel deve decider rapidmen quam un fulmine de seconde a seconde, li conossentie de un lingue ne es li pruva, ma solmen li presuposition de su facultate." Il ne faudrait pas sous-estimer l'importance des travaux des "interlinguistes" : une forme particulière de langue internationale, qui représente une rationalisation des tendances exprimées dans *Cosmoglotta*, se trouve aux U.S.A. sous une forme plus traditionnelle appelée *Interlingua* (On notera la ressemblance des deux noms). J'ai eu l'occasion de travailler à l'élaboration d'*interlingua*, avec André Martinet et A. Gode von Aesch dans les bureaux new-yorkais de la