

# Journal des traducteurs Translators' Journal

## Argument

Jean-Paul Vinay

---

Volume 2, numéro 2, 2e trimestre 1957

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1061351ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1061351ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

### Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

### ISSN

0316-3024 (imprimé)

2562-2994 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

### Citer ce document

Vinay, J.-P. (1957). Argument. *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, 2(2), 37–38. <https://doi.org/10.7202/1061351ar>

## ARGUMENT

*Pour le présent numéro, la rédaction avait d'ambitieux projets, qui n'étaient autres que de poser les grandes lignes d'une stylistique de la publicité, telle qu'on l'observe au Canada, ou telle qu'on voudrait la voir régner sur nos affiches, nos annonces et nos ondes.*

*La réalité est plus humble : l'appel aux textes, effectué auprès des publicitaires, n'a rien rendu. Je les comprends un peu, sans les excuser pour cela : lorsqu'on rédige des annonces à longueur de journée, on peut désirer s'en évader le soir venu; on peut aussi manquer de recul, et ne voir que des trucs personnels, là où le stylisticien poserait des principes généraux.*

*Par la force des choses et la nature des articles fournis, nous traiterons donc de stylistique de la publicité, surtout en s'inspirant de textes européens. Peut-être pareil propos pourra-t-il convaincre les spécialistes canadiens de l'urgence d'entreprendre une étude parallèle de leurs conceptions et de leurs effets stylistiques ou — dans les cas les moins propices — une étude des moyens propres à favoriser une adaptation à la mentalité canadienne des annonces d'origine anglo-saxonnes.*

*L'un des auteurs les plus originaux en matière de rédaction publicitaire est sans conteste RAYMOND HAAS; aussi ce dernier occupe-t-il, dans notre numéro, une place de choix. Il figure non seulement dans les comptes-rendus, mais il a inspiré en particulier un de nos collaborateurs, Roland Surzur, qui présente la pensée de R. Haas telle que nous l'avons connue tout d'abord, c'est-à-dire par l'intermédiaire de deux numéros de la revue VENDRE<sup>(1)</sup>. Ces textes ont été par la suite recueillis en volumes séparés, que le lecteur aura avantage à consulter fréquemment pour bâtir une solide documentation.*

*Puisque nous parlions de R. Haas, il fallait également parler de Marcel Galliot, dont la volumineuse thèse sur la LANGUE DE LA*

---

<sup>1</sup> *Vendre*, Nos 283 (Septembre 1953) et 284 (Octobre 1953). Paris, 6 rue de l'Isly, VIII<sup>e</sup>.

*RECLAME* fait l'objet d'un de nos comptes-rendus. Nous aurions voulu ajouter à l'étude de ces deux auteurs les documents de la revue *PUBLIMONDIAL*<sup>(2)</sup>, où certaines questions de graphisme sont étudiées avec une abondante illustration : faute d'espace nous avons dû nous contenter d'en évoquer les principes dans un article qui essaie de faire rapidement le pont entre les déictiques de la langue et les déictiques du dessin.

Nous avons été heureux d'accueillir, dans un numéro orienté en majeure partie vers la publicité, un texte très fouillé du DR W. S. AVIS, professeur au Royal Military College, Kingston; ce dernier démontre clairement le prestige qui s'attache, par mode ou par snobisme, à certains suffixes publicitaires et dresse un tableau très pittoresque de la création lexicologique en délire. Si son propos est strictement restreint à l'anglais, la création européenne en matière de marques de commerce n'a rien à envier, croyons-nous, à ces acrobaties d'imagination débridée.

Pour nous égayer, nous offrons au lecteur un texte de FÉLIX DE GRAND'COMBE qui allie, comme toujours, l'humour le plus fin à une connaissance extraordinairement vaste des ressources de l'anglais et du français. Nous publierons prochainement du même auteur une étude plus considérable sur la traduction du français à l'anglais. Le prochain numéro sera consacré à l'étude des problèmes de l'enseignement de la traduction dans les différents centres où se forment traducteurs et interprètes du monde occidental.

J.-P. V.



---

<sup>2</sup> *Publimondial*. Revue internationale d'Art Graphique et de Documentation Publicitaire. Edi-Mondial, 55 Champs-Élysées, Paris (VIIIe). Dr. pour le Canada : Jean Nolin, 1265 Stanley, Montréal.