

Brèves littéraires

Brèves

Les mots en trop

Georges Flipo

Numéro 64, printemps 2003

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/4714ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Société littéraire de Laval

ISSN

1194-8159 (imprimé)

1920-812X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Flipo, G. (2003). Les mots en trop. *Brèves littéraires*, (64), 33–37.

GEORGES FLIPO

Les mots en trop

*Brèves littéraires - prose
Première mention*

— Je suis un peu triste. Triste de l'intérieur. Triste sans cause, soupira Aude en venant s'asseoir auprès de sa mère.

Ma fille a sans doute un peu de mélancolie ou de vague à l'âme, pensa Claire. Mais elle garda ce commentaire pour elle : ces mots ne faisaient pas partie des mille cinq cents mots. Ils étaient donc interdits. Malgré ses dix ans, Aude avait déjà eu deux avertissements pour excès de vocabulaire, pour utilisation de mots-en-trop. Encore un cette année et l'éducation de sa fille lui serait retirée.

— Dessine, tu seras plus non-triste.

Comment avait commencé cette vague d'épuration du vocabulaire ? Bêtement, par la déclaration d'un publicitaire parisien, tout fanfaronnant, interrogé par un journaliste complaisant.

— Comment faites-vous, dans vos films de publicité, pour faire ainsi rêver le téléspectateur, en si peu de mots ?

— C'est justement parce que mes créatifs n'emploient que peu de mots. Ils n'ont pas de vocabulaire et j'en

suis fier. Je ne veux dans mes films et mes annonces que des mots simples, basiques. Prenez un an de publicité, je suis sûr qu'en comptabilisant tout le vocabulaire utilisé, on ne dépasserait pas les mille ou deux mille mots. Et pourtant, regardez tout ce qu'on réussit à exprimer...

Un normalien s'intéressa au sujet et publia la réponse deux mois plus tard : mille quatre cent soixante mots, si l'on exceptait le vocabulaire technique de la publicité industrielle.

Le chiffre fit beaucoup parler de lui. À la radio, un chroniqueur réputé fit remarquer que si les hommes politiques se contentaient d'utiliser ces mille quatre cent soixante mots, ils seraient mieux compris de leurs électeurs. Quelques politiques le prirent au mot et engagèrent le normalien pour la réécriture allégée de leurs discours. Ils obtinrent des triomphes en réunions publiques.

Le publicitaire revint, plus glorieux que jamais, à la télévision. Grâce à ses idées *plus audacieuses, plus fortes, plus simples*, il était en train de rénover la vie politique de tous les jours et il en était fier. C'est en tout cas ce qu'il expliqua aux journalistes, qui approuvèrent docilement. Emporté par son succès, le publicitaire improvisa en fin d'interview l'annonce d'un concours national : son agence allait récompenser la meilleure adaptation d'un roman de Balzac en moins de mille cinq cents mots.

La dotation était importante. Le concours connut une participation inattendue dont, il faut le dire, celle de beaucoup d'universitaires fascinés par le défi.

Ce fut une adaptation des *Illusions Perdues*, signée

par un professeur agrégé parisien qui gagna. Il n'avait consommé que mille deux cents mots. Mais ce n'était pas là le plus important : en compilant tous les manuscrits proposés, on put bientôt proposer l'intégrale des œuvres de Balzac. Une intégrale allégée qui obtint un immense succès populaire.

— Je vous l'avais dit, expliqua le publicitaire, triomphant. Les seuls citoyens à qui l'on impose encore un vocabulaire pléthorique, boursoufflé, archaïque, ce sont les éternelles victimes de notre société, les plus fragiles : ce sont nos enfants. Si demain, les enseignants faisaient l'effort, le tout petit effort, d'adopter un langage basique, compréhensible, les progrès scolaires seraient immédiats.

Un jeune ministre de l'Éducation, épris de grandes idées neuves retint l'idée et décida de tester les bienfaits du vocabulaire allégé dans quelques banlieues défavorisées. Les résultats aux examens furent impressionnants. Le publicitaire était de plus en plus souvent invité à la télévision.

— Le drame, expliqua-t-il, c'est que ces nouveaux étudiants au bagage simple, efficace, seront demain en situation d'inégalité face aux nantis qui, en utilisant trop de mots, vont les exclure de tout dialogue, de tout échange. Il y a trop de mots, beaucoup trop de mots, dans la langue française. Le vrai courage politique, ce serait d'interdire ces excédents.

Cette fois-ci, beaucoup crurent qu'il était allé trop loin. Mais non : les hommes politiques sont toujours fascinés par les idées qui vont trop loin. Ils veulent aller trop loin pour voir. On créa des commissions consultatives qui, après palabres, tombèrent d'accord

sur une liste de mille cinq cents mots. La liste était presque celle du normalien, celle du vocabulaire publicitaire. Mais venant de commissions consultatives, ces mots parurent soudain plus sérieux, plus réfléchis. C'étaient les bons.

La seule dérogation réclamée par les comités fut celle du vocabulaire professionnel : chaque métier avait le droit de garder ses termes abscons, son vocabulaire technique, à condition de ne jamais l'utiliser en présence des non-initiés. La dérogation fut accordée. Les médecins, les cuisiniers et les garagistes furent rassurés. Et leurs clients aussi.

La réforme eut des effets bénéfiques inattendus. Le français redevint ce qu'il avait été : la langue des grands voyageurs, celle des échanges commerciaux. La francophonie triompha. Le néo-français pouvait s'apprendre si rapidement. D'autant que, sur la proposition du publicitaire vieillissant, la grammaire avait été débarrassée des errements du passé. Moins de règles, moins de temps, moins d'accords. Donc moins de fautes.

Les corporations se recréèrent. On dînait plus souvent qu'avant entre psychiatres, entre publicitaires, entre théologiens, entre informaticiens. Car cela faisait quand même du bien de pouvoir exprimer des idées compliquées, même si elles n'étaient que professionnelles.

Hors de ces cénacles, on se parlait aussi. Et même plus facilement qu'avant. Mais sans jamais sortir des mille cinq cents mots. Y compris entre parents et enfants, surtout entre parents et enfants : les sanctions étaient impitoyables pour tout éducateur qui aurait favorisé la diffusion des mots-en-trop.

Aude s'était mise à dessiner différents visages aux expressions variées. Toutes de tristesse, mais avec chaque fois une nuance, subtilement exprimée. Elle avait déjà un coup de crayon très fin.

— Là, elle est triste de l'intérieur, car elle pense au passé. Là, il est triste, seulement de l'extérieur. Là, il est triste de l'intérieur et de l'extérieur, car il pense à ce qu'il n'a pas. Là, il est triste de l'intérieur, car tout est triste, il ne sait pas pourquoi, là elle est non-triste de l'extérieur, mais triste de l'intérieur, car elle pense...

— On va donner un nom à chacun, dit sa mère. La première, ce sera Pélagie. Le second, ce sera Geoffrin. Le troisième, ce sera Gaspard. Le quatrième Stephen. La cinquième...

Elle continua ainsi à donner des prénoms et les écrivit sous chaque visage.

Maintenant, pour me dire que tu es triste, tu pourras dire « triste comme Pélagie, ou comme Geoffrin, ou comme Gaspard... ». Et moi, je comprendrai un peu mieux ta tristesse, je pourrai partager.

Oui, après tout, Pélagie, Geoffrin, Gaspard, Stephen ou Mélanie, ce pouvait être aussi précis que nostalgie, chagrin, cafard, spleen ou mélancolie. Tout n'était pas perdu. Et surtout pas les émotions.

Il fallait maintenant espérer qu'on n'interdise pas les crayons.