

Gentilé ?

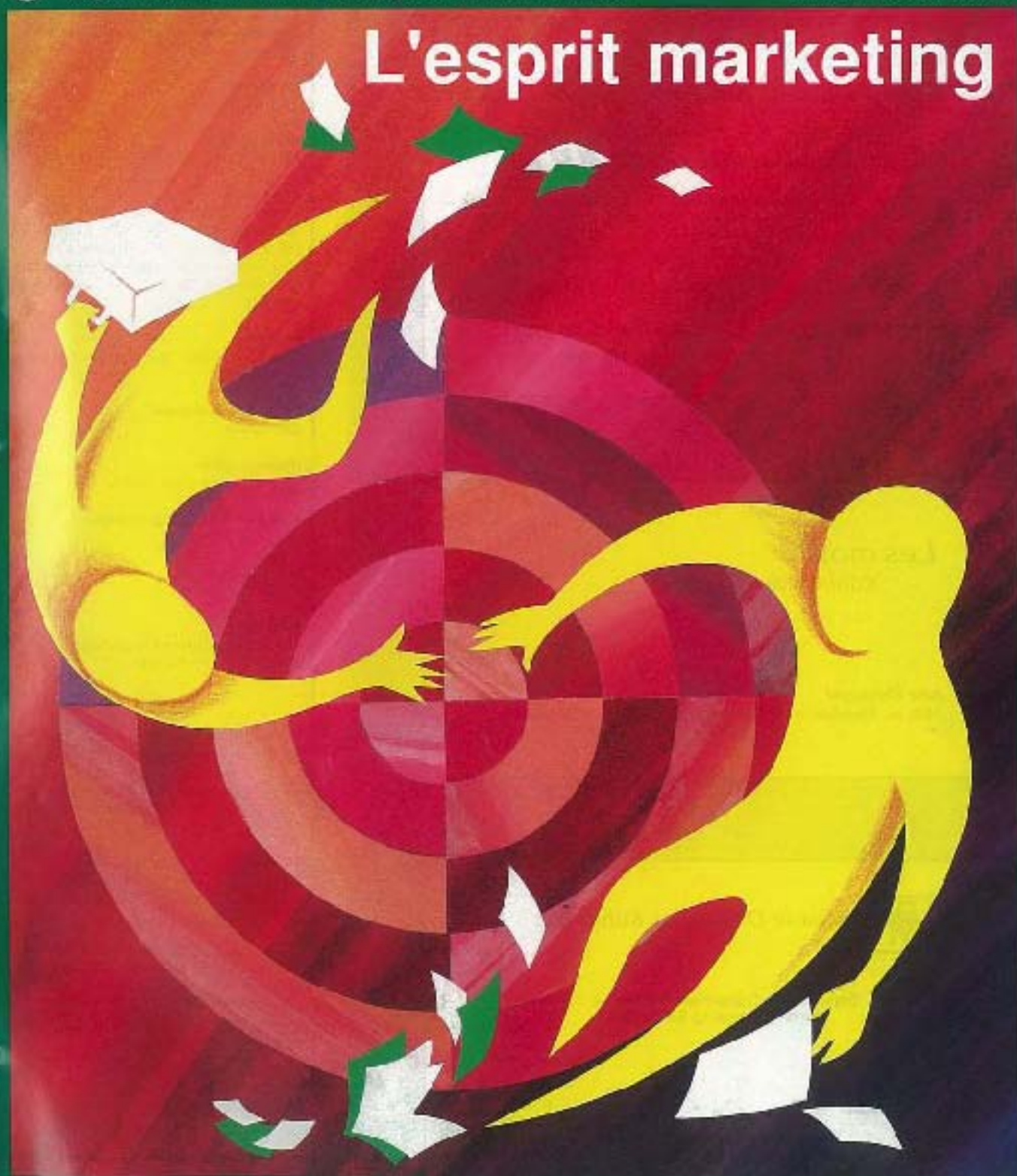
# Leuitt



Magazine d'information sur la langue et la communication

Numéro 20, mars 1988

## L'esprit marketing





Josée Duelllet Simard (514) 663-8448

traduction spécialisée  
en administration

458, rue de Guyenne  
Laval-des-Rapides  
H7N 4A3



*dactylographe rapide MR inc.*

7806, AVENUE FIELDING  
MONTRÉAL (QUÉBEC) H4V 1R7  
TÉLÉPHONE: 482-8751

SERVICE DE TRAITEMENT DE TEXTE

AES 7200

MICOM 3004

AES PLUS

MICOM 2001

*Les mots*  
cabinet de langagier

Julie Desjardins

3485, av. Etienne, n° 12, Montréal H3S 2W8 - tél.: 341-6394



*Diane Desjardins Kühle Inc.*

Services de Traitement de Textes  
Word Processing Services

8205, rue Papé  
LaSalle, Québec  
H8P 3M3

Tél.: 363-9807

# Circuit

Publié quatre fois l'an par la  
Société des Traducteurs du Québec



1010, rue Sainte-Catherine ouest  
Bureau 1036  
Montréal (Québec) H3B 3R8  
Tél. : (514) 861-1785

**Représentante au Conseil de la STQ**

Monique C. Gaudier

**Direction**

Johanne Dufour

**Coordination**

Gloria Keams et Éliane Potvin

**Rédaction**

Monique C. Gaudier (*Des Mots*), Paul  
Horguelin (*Des retours*), Nada Kerpan (*Sur le  
vif*), Solange Lapierre (*Curiosités*), Pierre  
Marchand (*Des technologies*), Michel Roy  
(*Des livres*) et Marie Perle (*Universaux du  
conté*).

**Révision**

Danielle Lavallée, Robin Philpot, Raymond  
Courangeau

**Direction artistique**

Lise Gauthier

**Photographie**

Sam Robinson, Paul Labelle

**Composition typographique**

Sajy

**Impression**

Atelier des sourds

**Publicité**

Anne-Marie Malboeuf (Jean Séguin et  
Associés) (514) 748-6561

Toute reproduction est interdite sans  
l'autorisation de l'éditeur et de l'auteur.

L'éditeur n'assume aucune responsabilité en  
ce qui concerne les annonces paraissant  
dans *Circuit*.

Dépôt légal - 1<sup>er</sup> trimestre 1988  
Bibliothèque nationale du Québec  
Bibliothèque nationale du Canada  
ISSN 0821-1876

**Tarif d'abonnement**

Membres de la STQ : abonnement gratuit  
Non-membres : 20 \$ par année (30 \$ à  
l'extérieur du Canada). Chèque ou  
mandat-poste à l'ordre de « Circuit STQ »  
(voir adresse ci-dessus).

# POUR COMMENCER

avez-vous constaté ? **Circuit** en est à son 20<sup>e</sup> numéro. Tandis que la Terre fait ses révolutions, que l'air du temps est au printemps, **Circuit** poursuit son propre tour d'horizon. L'affiche aujourd'hui l'esprit marketing.

Qui eût imaginé que cet esprit gagnerait en force ses colonnes, ou mieux, les pensées et le verbe de plus d'un langagier, sinon encore toutes les habitudes ! Et, de surcroît, que l'on oserait dire *marketing linguistique* (certains chicancront évidemment sur le terme) comme l'on se hasarde maintenant dans le *marketing culturel* ! Le marketing linguistique ? Il se résume, somme toute, à une attitude d'écoute.

Si vous êtes du genre susceptible, portifiant, fêru de dogmes et de certitudes, il ne faudra surtout pas lire nos échanges avec le spécialiste en com-

munication Jacques Houpert ou encore avec le Client. Vous risquez d'avoir des vapeurs de rage mais aussi... de rater de beaux moments d'entente. De toute manière, vous le regretterez tôt ou tard.

Tout comme vous auriez tort de ne pas vous attarder aux pages d'actualité que vous offre *Sur le vif*. Vous étiez à Ottawa, en cet automne 1987, à réfléchir à une profession au service d'un pays ? Oui ? Hé bien, comparez vos impressions à celles des commentateurs. Non ? Alors, à lire absolument sans, bien sûr, négliger les propos de notre invitée USA, Deanna Hammond.

Et vous qui vénerez les mots, vous serez bien servis par toute cette information sur et autour de *gentilé*. Comme vous vous sentirez, une fois de plus, privilégiés de recevoir en concentré tous ces renseignements et

les livres, notamment sur cette publication-événement de Jean Delisle qui combine histoire du Canada et histoire de la traduction.

Enfin, vous retrouverez même un peu de votre latin dans *Court-circuit* pour le reperdre aussitôt dans une ironie bien spéciale sur nous-mêmes.

Bonnes lectures ! Et rappelez-vous les prochains thèmes :

- la sous-traitance
- les industries de la langue
- la bande dessinée
- l'interprétation gestuelle
- l'analphabétisme fonctionnel et le langagier

P.S. **Circuit** attend toujours vos impressions. Ce peut être une lettre, un article, un *court-circuit*, etc. ■

Pour le comité,  
**Nada Kerpan**

## CIRCUIT

N° 20, mars 1988

### Dossier : L'esprit marketing 2

Une attitude à adopter, une technique à maîtriser et à faire sienne dans la pratique quotidienne. L'irréductible c'est pas toujours celui qu'on pense... le client. Savons-nous, nous langagiers, vraiment communiquer ?



### Sur le vif 14

Une profession au service d'un pays crée une véritable Mequie ou, si l'on veut, un Vatican de la traduction. Quelle activité langagière en cette Amérique !

### Des mots 19

Tout langagier se fait un devoir de désigner un objet par son nom exact. *Gentilé* nous permet d'appliquer ce principe aux humains.



### Des revues 21

Un petit tour du monde de la traduction en 35 revues et bulletins.



### Des livres 24

Histoire de la traduction ou la traduction dans l'histoire du Canada ? Jean Delisle nous offre une base solide pour entreprendre une analyse approfondie de la question.

### Faits, dits et chiffres 28

### Court-Circuit 28



# Langagiers, pensez client !

**Il faut troquer son lorgnon d'archiviste contre un kaléidoscope. Car le client n'a que faire d'un conservateur de la langue, pas plus que d'un policier ni d'un mécanicien. Il a besoin d'un communicateur**

**J**acques Houpert, de Bell Canada, a bien voulu s'abstraire de sa vie trépidante aux communications marketing de Systèmes d'information de Bell pour réfléchir avec **Circuit** à la situation du langagier. Nada Kerpan transmet ci-après l'essentiel de ses propos.

## Du marketing linguistique ?

**Circuit** : Spécialiste du marketing et de la communication, vous êtes aussi fort demandeur de traduction, d'adaptation et de rédaction. Trouvez-vous étrange que les langagiers parlent de marketing linguistique ?

**Jacques Houpert** : Nullement ! Le produit linguistique existe ; il peut être développé en fonction des besoins du marché ; on peut en faire la promotion et le mettre en circulation dans un marché donné. De plus, il vaut son pesant d'or.

Mais il ne s'agit pas seulement d'en avoir l'audace ; il faut aussi être conséquent avec le concept même. Cela suppose, chez le langagier, une attitude différente de celle qu'il a tendance à avoir et qui est l'opposé de la démarche marketing. Faire du marketing, c'est savoir répondre aux attentes de sa clientèle.

## La superbe du langagier

**Circuit** : Qu'est-ce qui vous déplaît chez le langagier ?

**J. H.** : Il chahute l'image d'un policier, d'un censeur. Il est celui qui connaît la langue et qui est en mesure de dire comment on doit dire les choses — ce qui n'est pas totalement faux. J'insiste sur cette image de policier qu'il transmet, car elle est tout à fait à son désavantage.

La personne qui fait du marketing cherche avant tout à répondre aux

besoins d'un marché donné. Elle en analyse les besoins, développe un produit qui répond aux attentes, concentre tous ses efforts sur les attentes de ce marché.

Quand on se prend pour un censeur ou un policier, on est moins à l'écoute de la clientèle ; on détient plus une autorité sur la langue et on répond moins à un besoin. Le besoin ne se situe pas au niveau du langage : c'est de communication que la clientèle du langagier a besoin.

**Circuit** : La langue n'est-elle pas le moyen même ?

**J. H.** : Ce qu'on demande à un ploribier, ce n'est pas de vendre des tuyaux, c'est de faire circuler l'eau. Autrement dit, le langagier doit promouvoir son produit linguistique en prouvant au client que ce produit lui rapportera. Il doit faire la preuve que

## Une mode ?

**U**ne mode que le marketing linguistique ? Non ! une réalité en émergence et surtout une nécessité. Au fait, il ne s'agit pas de recherche de clientèle ou de vente proprement dite de services linguistiques. Il s'agit de savoir comment réaliser le consensus avec le donneur d'ouvrage et vraiment rejoindre le destinataire.

Notre image et nos relations de langagier restent encore dans le négatif même s'il y a rapide maturation de notre personnalité. Incroyable qu'on nous rappelle, en 1990 ou presque, tout d'ivoire, air suffisant et même...

comportement de policier ! Bof ! des lieux communs, disons-nous. Il reste que nous n'avons pas encore su les chasser de l'esprit de nos interlocuteurs.

Centre-performance de notre part ? Et pourtant, l'acte de communication langagière est, par essence, interactif.

Il faut réfléchir à la situation, s'est dit **Circuit**. Et il le fait dans les pages qui suivent, sous l'angle technique avec un spécialiste de la communication et du marketing, Jacques Houpert ; d'un point de vue psychologi-

que et humain avec Pierre Marchand ; sous l'aspect organisationnel avec Jean-François Joly sans que soit négligé le volet culturel, présenté par Susan Le Fan. Une pratique marketing, bien connue de Beuy Cohen, illustre le tout qui s'achève par un finale *Tribus échanges* — ces propos et sentiments véritables livrés tant par le langagier que par le client.

N. K.

la qualité de la langue est essentielle à la qualité de la communication et que la qualité de la communication est liée au succès de l'entreprise. Pour moi, c'est une évidence. C'est ça *positionner le produit linguistique*.

**Circuit :** Mais il y a des clients coriaces !

**J. H. :** Il faut découvrir la manière de bien vendre son produit. *Communiquer avec efficacité* : c'est ce dont le client a besoin et c'est ce que le langagier va lui permettre de faire. Oui, le client a certainement besoin de communiquer dans une langue claire et précise, mais qui l'aide avant tout à transmettre efficacement les messages qu'il destine à des groupes particuliers. C'est là qu'on constate l'importance du produit linguistique, puis l'importance du langagier. Le client n'a que faire d'un langagier exclusivement mécanicien de la langue, qui se pose en grammairien ou terminologue.

**Circuit :** À quoi attribuer le comportement dit poléique ?

**J. H. :** À beaucoup de facteurs. Il y a, entre autres, une certaine déformation intellectualiste chez le langagier. C'est un universitaire qui a appris la langue et qui détient sur la langue un pouvoir ; lui seul pense avoir autorité en cette matière ; lui possède le savoir et la clientèle doit reconnaître ce savoir. C'est évidemment une attitude qui ne l'aide pas du tout à se faire valoir au sein de l'entreprise. D'ailleurs, nombreux sont les avocats, les médecins qui souffrent des mêmes déviations. Le médecin vous dit : « Vous êtes malade ; prenez tel médicament vous irez mieux. » Et vlan.

**Circuit :** Donc, pas de dialogue !

**J. H. :** Pas de dialogue ! « J'ai la vérité et vous ne pouvez en saisir toutes les nuances. » C'est une attitude de fer-



*Entre le langagier et son client, il faut d'abord établir le dialogue. C'est ce que font ici Jacques Houffert et Nuala Kerjan*

meture, aux antipodes de l'attitude marketing qui en est une d'ouverture aux besoins de la clientèle.

Trop souvent, le langagier comprend mal le côté pratique de sa tâche. Il ne se situe pas à l'intérieur même de l'entreprise ; il en est extérieur alors qu'il y joue un rôle très important. La communication est essentielle au succès d'une entreprise et, par le fait même, le rôle du langagier.

#### **Et ce client difficile ?**

**Circuit :** Pernet-on au langagier de vraiment jouer son rôle ?

**J. H. :** Je ne crois pas que le langagier soit noir et que son client soit totalement blanc. C'est exact que, dans une certaine mesure, on l'empêche de jouer pleinement son rôle.

**Circuit :** Comment l'en empêche-t-on ?

**J. H. :** Voyons le problème à partir du client. Malheureusement, le client ne comprend pas toujours que la qualité de sa communication passe par la qualité de la langue, qui lui sert de véhicule. Il ne comprend pas toujours qu'il est mal servi par une langue de qualité moindre et que les messages qu'il voudrait communiquer seront difficilement décodables. Et c'est juste-

ment la tâche du langagier de faire comprendre à son client qu'il pourra mieux communiquer en utilisant une langue précise, colorée, qui colle à la réalité du groupe cible auquel il s'adresse. Il est vrai que, parfois, le client se contente de moins au grand dam du langagier.

Il y a des raisons objectives à cela. On est au Québec, en Amérique du Nord, et l'on vit ici une situation propre à notre statut de minorité noyée dans un grand tout anglophone. Le problème est là en très grande partie.

Non, le client n'a pas toujours conscience du rapport qui existe entre la qualité de sa langue et la qualité de sa communication. Le langagier a à faire l'éducation de son client. Il s'agit de faire comprendre au client les bénéfices qu'il pourra tirer d'un meilleur produit linguistique et que c'est lui, le langagier, qui pourra lui fournir ce produit de qualité.

**Circuit :** La qualité est pourtant un thème bien à la mode !

**J. H. :** Absolument ! La qualité est une valeur essentielle au succès de l'entreprise. Reste au langagier à prouver qu'un produit linguistique de qualité contribue à augmenter la qualité du produit global de l'entreprise.

## Culture d'entreprise

**Circuit :** À quoi reconnaît-on le bon langagier ?

**J. H. :** Le bon langagier est celui qui peut véritablement comprendre les besoins de ceux pour lesquels il écrit. Le langagier est souvent très loin de l'environnement de son groupe cible, très loin de ses préoccupations, très loin de sa sensibilité, des problèmes quotidiens que ce groupe vit. Bien souvent, par exemple, je traite avec des traducteurs qui traduisent sans bien comprendre le quotidien du lecteur. Je crois qu'il leur est alors impossible de livrer une bonne traduction, si compétents soient-ils. Il ne s'agit pas seulement d'avoir une excellente connaissance de la langue et des termes ; il faut aussi se frotter à la culture, à l'environnement de ceux pour lesquels on traduit. C'est essentiel.

Il faut connaître le moyen de convaincre, d'émouvoir ; il faut bien connaître le groupe. C'est vraiment essentiel. Chaque fois que je travaille avec un traducteur totalement étranger

à mon milieu professionnel, je sais que j'aurai à faire une bonne partie du travail, car il va me falloir plus de temps pour lui expliquer les changements que pour les faire moi-même. Là encore, ça n'a rien à voir avec la

du français n'est pas excellente, je suis implacable. Mais la qualité linguistique ne suffit pas ; la connaissance de la culture de l'entreprise est tout aussi essentielle. Et l'apprentissage de cette culture ne peut se faire qu'avec le

### *Le langagier doit être convaincu de la valeur marchande de son rôle au sein de l'entreprise.*

compétence du traducteur, c'est vraiment parce qu'il est complètement absent, étranger à la réalité de l'entreprise.

**Circuit :** Qu'est-ce que vous pardonnez au langagier ?

**J. H. :** Ce que je ne lui pardonne pas, plutôt ! S'il me fournit une traduction avec des erreurs de syntaxe, si les termes ne sont pas précis, si la qualité

temps. C'est pourquoi il est important de travailler avec les mêmes collaborateurs.

#### Rôle et complémentarité

**Circuit :** Comment travaillez-vous avec vos collaborateurs ?

**J. H. :** Dans un premier temps, qu'il s'agisse de rédaction ou de traduction, j'ai l'obligation de fournir au langagier un briefing complet qui lui permettra de bien réaliser son travail. Au cours de ce briefing, le langagier, lui, doit s'assurer qu'il obtient toute l'information utile. Je m'attends, par la suite, à ce qu'il me consulte durant l'exécution du travail. Cependant, je ne m'attends pas à ce que même le champion des traducteurs me remette un texte impeccable, à moins qu'il ne travaille pour moi depuis quelques années et qu'il connaisse à fond le groupe cible pour lequel il traduit. Je trouve tout à fait normal d'avoir à passer derrière lui et à faire les corrections qui s'imposent. Tout dépend de l'expérience que le traducteur a de mon domaine.

**Circuit :** Le langagier peut-il être totalement polyvalent ?

**J. H. :** Il est important qu'il se spécialise, qu'il conserve les mêmes clients. Je n'imagine pas un traducteur pouvant traduire indifféremment des textes en architecture, en télécommunications, ou en agroalimentaire. C'est un non-sens. Il y a des besoins spécifiques de communication et le traducteur doit bien les maîtriser pour bien faire son travail.

**Circuit :** Pour prendre la place qui lui revient, cela exige de l'assurance de la part du langagier. En a-t-il manqué jusque-là ?



## LA VALEUR N'ATTEND PAS LE NOMBRE DES... ÉTAGES

Un service personnalisé

- Traduction
- Terminologie
- Rédaction

Cartier et Lelarge

5585, av. Monkland  
Bureau 130  
Montréal (Québec)  
H4A 1E1  
(514) 486-4767

**J. H. :** Les gens sûrs d'eux-mêmes sont généralement des gens convaincus de l'importance de leur rôle. Le langagier n'échappe pas à cette règle. Il doit d'abord être convaincu de la valeur marchande de son rôle au sein de l'entreprise. À cela, il doit réfléchir. Définir parfaitement son rôle, c'est une démarche que le langagier doit entreprendre. Et réfléchir sur son rôle *non pas au niveau de la société en général, mais au niveau de son milieu de travail.*

Je suis certain que le langagier qui situerait parfaitement son rôle au sein de l'entreprise aurait à l'égard de la langue une attitude différente de celle qu'il a aujourd'hui. Il se cramponnerait moins à ses dictionnaires et à ses traités du bon usage, et il aurait tôt fait de troquer son lorgnon d'archiviste et de conservateur de la langue contre le kaïdoscope du *langagier engagé*. Il ferait évoluer la langue au rythme des besoins du marché. Il pourrait être beaucoup plus innovateur, mais il ne peut l'être vraiment s'il connaît mal le milieu ou le domaine dans lequel il intervient.

Actuellement, je perçois le langagier comme une personne de l'extérieur, séparée du cœur de l'activité même de l'entreprise ; donc, qui n'est pas en mesure de mettre l'épaulé à la roue. Il est encore dans une tour d'ivoire. C'est le grand reproche que j'aurais à lui faire.

**Circuit :** Les langagiers permanents d'une entreprise devraient-ils quitter... leur tour et être répartis dans les divers services de l'entreprise ?

**J. H. :** Je ne recommande pas cette formule. Il est important que les langagiers réfléchissent entre eux et développent leurs techniques. Je crois, cependant, qu'ils devraient être affectés à la rédaction ou à la traduction de textes destinés à un même service ou à un même groupe de services.

**Circuit :** Qui définit le produit linguistique ?

**J. H. :** Est-ce vraiment au client à définir le produit dont il a besoin ? Je ne crois pas, cela revient au langagier.

En rédaction, le client va définir le message. Il va donner toutes les instructions nécessaires, surtout celles concernant le groupe cible. C'est au rédacteur à faire le reste.

En traduction, on doit distinguer entre le texte purement descriptif du type instruction et le texte d'un jour



nal, d'un communiqué ou d'un discours. Dans le premier cas, on va devoir traduire chaque détail dans le même ordre alors que, dans l'autre cas, on disposera d'une plus grande liberté. On pourra alors retourner les phrases, inverser des paragraphes, adapter le texte. C'est au traducteur à faire ce travail.

En ce qui concerne la qualité de la langue de la grande entreprise, je ne crois pas qu'on vole bien haut. Les exigences spontanées que peut avoir l'employé ne sont pas tellement élevées. Pour des raisons tout à fait objectives : l'entreprise baigne dans l'anglais depuis toujours. Les niveaux hiérarchiques supérieurs ont un rôle très important à jouer à cet égard. L'exemple doit venir d'en haut.

L'employé aime, en général, que son patron s'exprime avec clarté. Je dirais même que il aime une langue de qualité. Le vice-président qui utilise une langue douteuse n'est pas bien perçu. Celui qui a recours à un langage populiste peut avoir du succès à courte échéance mais, à la longue, cela le dessert et dessert le service dont il est patron. J'ai toujours remarqué que, indépendamment du message lui-même, on apprécie la personne qui s'exprime bien.

## Des recommandations

**Circuit :** Que recommandez-vous aux professionnels de l'écriture et de la communication que nous sommes ?

**J. H. :** Je le répète, vous devez réfléchir à votre rôle au sein de l'entreprise et le situer dans le cadre de la mission globale de l'entreprise. C'est alors que vous allez découvrir votre importance et y sensibiliser l'ensemble de l'entreprise. Le personnel des communications et les langagiers ne semblent pas toujours bien percevoir ce fait et sont donc souvent incapables de vendre l'importance de leur rôle.

C'est une mission individuelle, mais c'est aussi la mission du chef des Services linguistiques.

**Circuit :** Le langagier devrait-il suivre des cours de communication ou de marketing pour s'améliorer ?

**J. H. :** Je ne crois pas. C'est une question d'attitude. Il s'agit plutôt de prendre conscience de la valeur de son rôle et, quand on en est sûr, on n'a pas de mal à le vendre. Si un langagier est appelé à travailler de façon régulière dans une domaine donné, il aurait plutôt avantage à suivre des cours pour mieux connaître le champ d'activité de l'entreprise ou du service pour lequel il est appelé à travailler.

**Circuit :** Vous trouvez le langagier susceptible ?

**J. H. :** Trop souvent il se cabre, c'est vrai. Et cela survient la plupart du temps lorsqu'il n'a pas le souci de son client. Il se dit : « Mon client n'est pas un spécialiste comme moi ; il n'a pas mes connaissances ; donc, mon client n'a pas le droit de réagir négativement face au travail que j'ai fait pour lui. Je sais ce qu'il lui faut. » Adopter une démarche marketing, c'est justement ne pas se cabrer devant un client ; c'est se demander pourquoi il n'est pas satisfait.

**Circuit :** Au fait, avons-nous un complexe de supériorité ou d'infériorité ?

**J. H. :** Je ne suis pas psychologue, mais... lorsqu'on ne maîtrise pas parfaitement son dossier, lorsqu'on connaît mal le groupe cible pour lequel on écrit, on se retrouve inévitablement en situation de faiblesse. On a beau le camoufler, les résultats sont là qui en témoignent : texte imprécis,

manque de rigueur, manque de couleur. Et lorsque, par surcroît, on s'attarde à certains détails en se retranchant derrière son pouvoir et son autorité de policier de la langue, on ne fait qu'envenimer ses relations avec le client.

*En communication, l'élément qui mérite le plus d'attention, c'est la cible. À qui je m'adresse? Comment sera utilisé le texte que je dois rédiger, le mot que je vais employer? Les communicateurs qui n'ont pas d'abord et avant tout le souci du lecteur*

doive noter dans mon texte comme on rote dans certaines tavernes. Je crois que les agences de publicité qui utilisent un niveau de langue élevé sont celles qui auront le plus de succès à long terme.

**Circuit:** Avez-vous quelque recommandation pour l'université?

**J. H.:** Elle doit inculquer à l'étudiant l'importance de sa fonction dans le milieu professionnel; lui apprendre que, en tant que langagier, il ne peut agir en vase clos. Le langagier doit

mais c'est aussi la responsabilité collective de l'association. Je crois que l'association devrait accorder énormément d'importance à l'élaboration d'un plan de communications visant à atteindre ces objectifs.

**Circuit:** Peut-on parler d'affirmation du langagier?

**J. H.:** *Le langagier, c'est le fabricant du produit linguistique. Il s'affirme dans la mesure où il met en circulation un produit linguistique de haute qualité, c'est-à-dire un produit qui correspond aux besoins de l'entreprise. Le langagier doit faire la preuve que son produit est là pour assurer le succès de l'entreprise, rien d'autre! Il doit prouver à son client que la qualité de la communication passe par la qualité de son produit linguistique. « Bien parler, bien dire les choses, Monsieur le client, c'est rentable! »*

Aucune entreprise ne paie ses langagiers pour l'avancement et la gloire de la langue de son marché. Aucune entreprise n'a pour mission spécifique de protéger le patrimoine linguistique de son marché.

Je suis persuadé, cependant, que les intérêts de la langue et de l'entreprise se rejoignent. La contradiction, elle, n'est que dans les perceptions et les attitudes du langagier et du client. Et le rôle moteur pour résoudre cette contradiction appartient au langagier et non au client. Il est au centre de cette dynamique. ■

---

***Ce qu'on demande à un plombier,  
ce n'est pas de vendre des tuyaux,  
mais de faire circuler l'eau.***

---

ou de l'adteur font un raté au départ. Le langagier qui traduit un texte destiné à un représentant des ventes doit, en le traduisant, se sentir un peu lui-même membre du service des ventes. Autrement, il va le rendre de façon froide, anonyme, en étant coupé de la réalité dans laquelle le vendeur va utiliser le texte.

**Circuit:** Il ne faut pas souscrire aux défauts sigus du groupe cible! Il y a une moyenne à faire.

**J. H.:** Je ne veux pas dire par là qu'on doit hurler avec les loups. Ça n'a rien à voir. On peut parler un excellent français à n'importe quel groupe, mais soyons certains que ce groupe cible va nous entendre quand on va lui parler. C'est ce qui est important. Ça ne veut pas dire que, si je m'adresse à des buveurs de bière, je

maîtriser la culture de l'entreprise pour laquelle il travaille. Il prend part à ses succès parce qu'il lui prépare des outils de travail taillés sur mesure. On ne traduit pas des mots, des phrases, point! On traduit des mots, des phrases pour un client. Et ça change tout. Le produit va être différent parce que le groupe cible est spécifique. Cela doit être enseigné à l'université même.

**Circuit:** Et quel est le rôle de la société professionnelle?

**J. H.:** Sensibiliser d'abord ses membres à ce qu'on vient de dire. Elle a également un rôle à jouer au niveau de la clientèle. Les clients ont intérêt à mieux connaître le rôle des langagiers; c'est une responsabilité qui incombe à chaque langagier,



Service de  
transmission  
de texte 901

(514) 485-9373

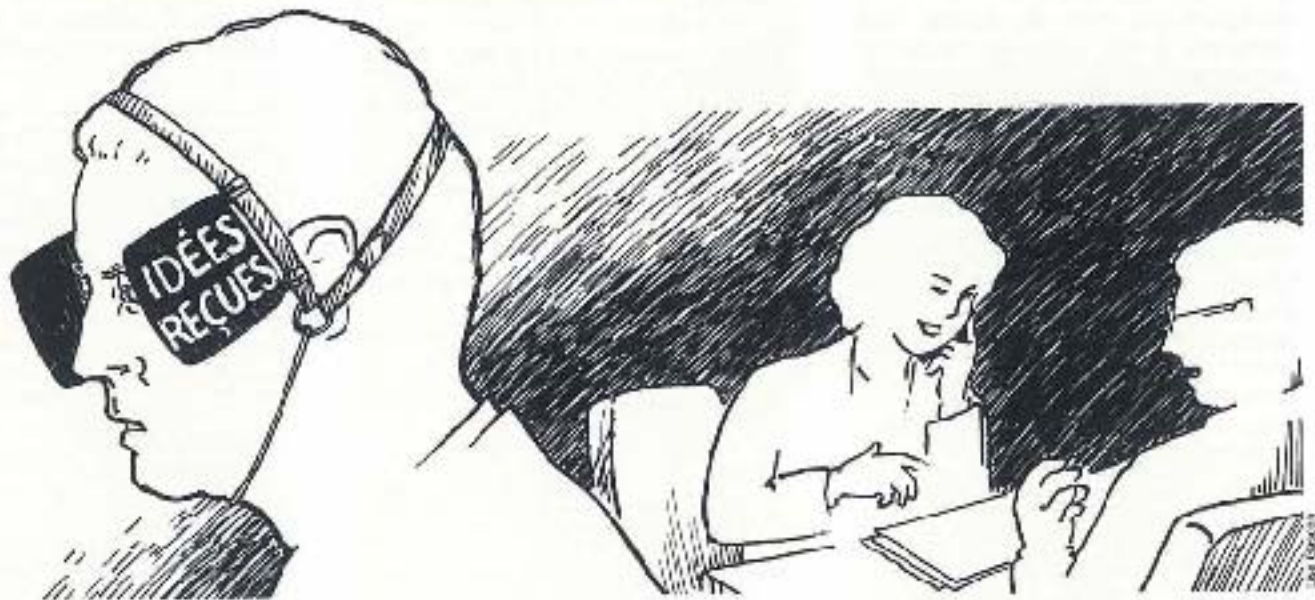
558, Notre-Dame  
Saint-Lambert, Québec  
J4P 2K7

yves gosselin

# Avez-vous l'esprit marketing ?



*Êtes-vous victime d'un certain nombre d'idées reçues qui vous empêchent de savoir ce qui est bon pour vous et pour votre client ?*



par Pierre Marchand

**N**..., traducteur indépendant dont nous taïrons le nom, exerce à Montréal depuis une quinzaine d'années. Sa réputation professionnelle est au-dessus de tout reproche. Doté d'une solide culture, il maîtrise parfaitement trois langues de premier plan dans l'univers des communications. Pourtant, il y a quelques mois, il confiait à l'un de ses amis qu'il avait grand mal à trouver du travail. De nombreux contrats, qu'il aurait pu réaliser avec la plus grande compétence, lui échappaient misérablement.

Que se passe-t-il donc ? Comment se fait-il que le carnet de commandes d'un traducteur confirmé puisse se trouver à ce point dégarni ? De toute évidence, la réponse ne concerne pas la compétence strictement professionnelle de N... Se pourrait-il alors que notre traducteur ne soit pas

conscient de l'impérieuse nécessité de posséder ce que les spécialistes appellent « l'esprit marketing » ?

De toutes les composantes de la fonction marketing — définition du produit, analyse du marché, étude du lancement et de la distribution du produit —, il y en a une qui se révèle absolument déterminante : l'analyse du marché. On se demandera peut-être en quoi cette question peut intéresser un langagier salarié ou indépendant. C'est que l'analyse du marché ne doit pas s'interpréter du seul point de vue démographique. Connaître son marché, ce n'est pas uniquement savoir dans quelles proportions les hommes et les femmes préfèrent les boissons gazeuses de couleur foncée ou claire.

En tant que fournisseurs de services de communication, les langagiers se trouvent en effet dans une situation qui les force — ou devrait les forcer — à considérer leur marché sous le seul angle qui compte vraiment : l'angle humain. Pour mieux voir la question, examinons un certain nombre d'idées qui nous paraissent aller de soi, mais dont on peut se demander si elles ne sont pas à ranger dans notre dictionnaire des idées reçues.

**« Les clients du langagier sont des collectivités (entreprises ou organismes) »**

Cette idée est tellement reçue qu'elle est probablement entrée dans notre inconscient collectif. Quel salarié ou indépendant n'a pas tendance à dire : « Je dois faire une traduction pour le service des Relations publiques » ou « La société XYZ est mon plus gros client » ? Pourtant, il n'y a rien de plus faux. Les clients du langagier ne sont jamais des collectivités, mais toujours des individus. Lorsque vous négociez un travail, c'est avec un être humain que vous traitez.

**« En matière de traduction, le client ne sait pas toujours ce qui est bon pour lui »**

Nous sommes nombreux à être tentés par cette idée. Deux observations s'imposent à cet égard. La première, c'est que le marché a considérablement évolué depuis une vingtaine d'années. Les donneurs d'ouvrage sont aujourd'hui beaucoup plus conscients des règles de la communication. Il y a quinze ans, les commentaires que nous recevions sur nos traductions portaient d'abord et

Pierre Marchand — un rédacteur, journaliste, traducteur, ancien président de la STQ et du Conseil des traducteurs et interprètes du Québec, directeur de services, chargé de cours à l'Université de Montréal, etc., qui a pris le visage de l'édition. À Multiscopi International Inc., il est chargé de cette fonction.

avant tout sur les particularités grammaticales et terminologiques du texte (« Je n'aime pas ce mot-là », « est-ce que ça se dit en français ? »). Il est même déjà arrivé que le service client d'une grande entreprise ait compté le nombre de mots que comportait une traduction qu'il avait commandée ; s'étant aperçu que le texte traduit comptait un mot de moins que l'original, il eut l'idée de s'enquérir auprès du traducteur afin de savoir quel mot avait été omis dans la traduction. Ce genre de situation paraît aujourd'hui pratiquement impensable.

De nos jours, il est plus fréquent de voir le client du langage s'assurer que le texte fourni accomplit les fonctions de communication que l'on en attend.

#### « Pour réussir une traduction, il faut être bon traducteur »

Certains pourront se demander comment on peut oser remettre en question l'idée ci-dessus. Pourtant, si cette idée était vraie, N... n'aurait pas le problème dont il se plaint. Or, il se trouve que ce traducteur a beau être

reconnu comme « bon traducteur », il a du mal à dire qu'il « réussit en traduction ». Être bon, ce n'est uniquement savoir bien traduire. C'est aussi savoir établir un rapport privilégié avec le donneur d'ouvrage.

Comment peut-on établir ce rapport privilégié ? En s'employant à satisfaire deux besoins qu'éprouvent tous les clients. Le premier de ces besoins concerne les aspects strictement rationnels du service que vous avez pour mission de fournir : compréhension du message à communiquer, formulation claire et systématiquement appropriée, respect des échéances. Mais de cela, tout le monde est convaincu. Là où les choses sont un peu moins claires — ou en tout cas un peu moins dites —, c'est lorsqu'il s'agit de s'attaquer au second besoin du client, tout aussi important que le premier. Ce second besoin concerne la vie affective de votre donneur d'ouvrage. Ici, on entre de plain-pied dans le domaine de la psychologie et des relations humaines.

Beaucoup a été dit sur les problèmes de communication qui peu-

vent exister entre les donneurs d'ouvrage et fournisseurs de textes (voir l'encadré « Libres échanges »). Ce qu'il importe de savoir, c'est qu'il a rioler de changer son attitude vis-à-vis du client. Dans certains cours donnés au personnel en relation avec la clientèle, on insiste sur le fait que la considération première de toute entreprise, de services ou autre, c'est de satisfaire les deux besoins dont nous parlions tout à l'heure. Comment y parvenir ? C'est là la grande question. Si vous sentez que vous n'êtes pas tout à fait à l'aise dans vos contacts avec votre clientèle, que vous avez tendance à fur les occasions de renouer, que vous préférez envoyer vos traductions par la poste ou par messenger sans prendre la peine de communiquer verbalement avec votre donneur d'ouvrage, vous avez peut-être un examen de conscience à faire. En traduction comme en tout autre domaine, le client sait que l'on s'occupe vraiment de lui lorsqu'on prend la peine de lui consacrer personnellement quelques minutes de son temps professionnel. ■

**M**ULTISCRIP INTERNATIONAL INC. est le fruit de la fusion de : Frenette, Boulanger, Lefebvre et associés, de Montréal, Le Groupe Solutions inc., de Montréal et RG Communications inc., d'Ottawa.

Multiscript vient en outre de conclure une entente avec Automated Language Processing Systems, de Salt Lake City (Utah). A.L.P.S. est activement engagée depuis près de vingt ans dans la conception de logiciels perfectionnés de traitement de texte et de traduction assistée par ordinateur. La nouvelle société est désormais en mesure d'offrir une gamme complète de services professionnels et techniques de soutien à la communication.

Richard Le Hu, *président-directeur général*

Raymond Frenette, *vice-président — Expansion des affaires*

Marcel Boulanger, *vice-président — Administration et Finances*

Roland Lefebvre, *vice-président — Traduction*

Michel Buttens, *vice-président — Planification*

Richard Weibrenner, *vice-président — Division des provinces atlantiques*

Gilles Ouellet, *vice-président — Gestion des communications*

Frank Turone, *vice-président — Rédaction technique*

Marc Pelletier, *vice-président adjoint — Systèmes et Traduction assistée par ordinateur*

François Gauthier, *vice-président — Marketing*

Lucien Forgues, *vice-président — Ressources humaines*

René Deschamps, *vice-président — Division du Québec*

Pierre Marchand, *vice-président adjoint — Édition*

Huguette Guilhaumon, *vice-présidente adjointe — Gestion des communications*

Debby Dubofsky, *directrice — Services anglais*

David Payne, *vice-président — Relations commerciales*



**MULTISCRIP**  
INTERNATIONAL

550, rue Sherbrooke Ouest  
Bureau 900  
Montréal (Québec)  
H3A 1B9  
(514) 842-4437  
Télécopieur : (514) 282-9006

**MONTRÉAL**  
SIÈGE SOCIAL

**TORONTO**

**OTTAWA**

**FREDERICTON**

**HALIFAX**

# De l'hostilité à la complicité



**À la fois pédagogue, communicateur et psychologue ? Vous êtes sûrement gestionnaire de services linguistiques !**

par Jean-François Joly

**T**raiter du marketing dans un service linguistique, c'est se condamner à écrire entre guillemets. En effet, « vendre » les prestations d'un service linguistique revient à faire en sorte que ces services soient appréciés par une « clientèle » dans une bonne mesure captive et habituellement circonscrite au cadre même de l'entreprise ou organisme. Dans ce contexte, le marketing est plus une attitude de la part du gestionnaire qu'un ensemble de techniques commerciales. Mais n'est-il pas toujours indispensable de se « vendre » quand on travaille dans le domaine des services ?

Un facteur particulier à notre secteur qui rend nécessaire l'esprit marketing est la difficulté à faire accepter le produit... du fait même qu'il est imposé par les circonstances. Les cadres d'entreprise perçoivent la traduction sinon comme un mal nécessaire, du moins comme une contrainte. Ah, s'il pouvait suffire d'appuyer sur une touche de l'ordinateur !

Que peut donc le gestionnaire du service linguistique pour faire accepter et apprécier la contribution de son service et ne pas être considéré comme un percepteur de l'impôt du bilinguisme ?

Bien sûr, offrir d'abord un bon service de base. Posons donc l'hypothèse que l'équipe de gestion a su rassembler les ressources humaines internes et externes dont l'entreprise a besoin et instaurer un contrôle de la qualité constant et efficace, et restons dans le marketing.

**Première règle d'or**, soigner les contacts avec les donneurs d'ou-

vrage. Le gestionnaire marketing devra savoir aider les « clients » à définir exactement ce dont ils ont besoin. La traduction demandée est-elle bien nécessaire ? Le texte devrait-il être adapté ? Quel est le ton recherché ? etc. Il faudra, par ailleurs, s'assurer l'accès à une personne ressource pour la compréhension du texte et exiger la documentation pertinente, en expliquant pourquoi elle est nécessaire. Enfin, il faudra solliciter régulièrement une évaluation des services rendus. Tout cela permettra non seulement une meilleure prestation professionnelle, mais fera percevoir au client que la traduction n'est pas une marchandise mais bien un service fait sur mesure.

Normalement, le gestionnaire devrait être suffisamment au courant du fonctionnement de l'entreprise pour bien comprendre les préoccupations de son interlocuteur et, si possible, entamer un véritable dialogue sur les activités professionnelles de ce dernier. Ces échanges avec l'autre sont loin d'être du temps perdu. C'est là que l'on apprend comment cet autre pense, ce à quoi il veut aboutir ; c'est là que l'on peut vraiment définir le mieux possible le service à lui rendre (en termes de temps, qualité, présentation et services connexes). Et le client découvre, de son côté, que les professionnels de la langue ne sont pas perdus dans leur monde, mais s'intéressent également à son univers à lui.

**Deuxième règle d'or**, multiplier les occasions de contact entre les clients et les traducteurs. Là aussi, le but est de créer des complicités avec les clients, complicités qui amèneront une meilleure acceptation du service rendu et une motivation supérieure de la part de ceux qui le rendent.

**Troisième règle d'or**, rendre « ces petits services qui entretiennent l'amitié », notamment celui de signaler les erreurs ou les inadaptations dans les textes de départ. Cela peut se

faire amicalement en indiquant que, le traducteur étant le plus attentif des lecteurs, il est naturel qu'il découvre le défaut passé inaperçu. Préciser même qu'en tant que professionnel de l'écriture, le traducteur sait par expérience, combien il est facile d'errer. C'est là une bonne façon de demander d'avance l'indulgence du jury pour le jour où, inévitablement, il se glissera une erreur « impardonnable » dans un texte émanant du service linguistique.

**Quatrième règle d'or**, expliquer beaucoup. On se plaint de ce que le client unilingue ne comprend rien à la traduction. Il appartient à chaque gestionnaire d'avoir sa petite banque d'exemples frappants montrant que la langue A n'est pas simplement une réplique de la langue B habillée de mots différents. Bien souvent, on pourra aller plus loin dans l'explication des phénomènes linguistiques. L'autre aussi peut être curieux.

**Dernière règle d'or**, viser la coexistence pacifique dans la vie bureaucratique. Par exemple, si les rapports avec un service client deviennent insatisfaisants, pourquoi ne pas essayer de régler le problème avec les personnes en cause, quel que soit leur niveau hiérarchique ? Bien souvent, on évitera ainsi d'aller porter ses doléances à l'échelon supérieur au risque de créer de l'acrimonie pour rien.

Si l'observance des règles ci-dessus, et des quelques autres que le bon sens peut nous dicter, a permis d'établir entre le service linguistique et ses clients un climat de confiance et de respect, il est habituellement plus facile de régler l'épineuse question des délais et d'arriver à un équilibre acceptable entre les avantages à court terme du « vite fait » et les avantages à long terme du « bien fait ». Mais cela est une autre histoire. ■

Jean-François Joly — directeur de la traduction et de la terminologie à l'Ordre des comptables agréés du Québec, cofondateur de l'Association de la Compagnie et des Services Linguistiques de Montréal (S.L.S.), ancien président de la STQ et du Conseil des traducteurs et interprètes du Canada, cofondateur du Centre régional nord-américain de la Fédération internationale des traducteurs, membre du conseil de cette même Fédération, etc.



# Comment être un bon placement ?

**Le traducteur est un outil de communication qui doit exploiter efficacement tous les moyens à sa disposition. La langue n'est que l'un d'entre eux**

par Betty Cohen

La finance ne diffère pas, fondamentalement, des autres domaines en ce qui touche le marketing linguistique. Mais, dans ce milieu qui ne vit que par et pour la vente, il faut, d'abord et avant tout, savoir se vendre : savoir vendre ses connaissances et ses compétences, d'une part, son efficacité et son dynamisme, d'autre part.

## Compétence

Au royaume du placement, la néologie est reine. S'il est un marketing à faire en valeurs mobilières, c'est bien celui de la terminologie. Cette dernière a trois particularités : 1) elle évolue très vite car, devant les fluctuations de la conjoncture économique et des marchés, les spécialistes ne cessent d'inventer de nouveaux instruments de placement toujours plus complexes... et de les baptiser. 2) L'internationalisation croissante des opérations boursières exige une diffusion mondiale de la terminologie. 3) Par le fait même, le Québec a dû en 1984, avec la nouvelle Loi sur les valeurs mobilières, changer ses habitudes pour adopter une terminologie plus proche de l'usage français.

La tâche première du traducteur consiste, par conséquent, à faire entrer ce nouvel usage dans les habitudes. C'est là un double fardeau car il faut non seulement déraciner un jargon largement basé sur l'anglais, mais également faire admettre que la terminologie « correcte » employée jusqu'ici n'était pas... si correcte que cela. Nous laissons au lecteur le soin d'imaginer les longues discussions et

tractations, et la diplomatie que cela implique. La présence de la loi est, cependant, un bon atout puisqu'il ne s'agit pas d'une décision d'organisme obscur et aléatoire, mais d'une loi qu'il faut respecter quelles qu'en soient les exigences. Et le milieu est accoutumé à une réglementation sévère.

L'internationalisation des marchés et leur informatisation, par ailleurs, ont grandement rétréci les écarts temporels entre les pays. Nous savons tous — pour l'avoir appris à nos dépens il n'y a pas si longtemps — que les opérations boursières se font presque simultanément sur tous les marchés de la planète et qu'un investisseur parisien peut négocier un titre à Hong Kong ou à Tokyo en l'espace d'un instant. Cette situation, ainsi que la création constante de nouveaux instruments de placement, essentiellement en Amérique du Nord, oblige souvent le traducteur à créer des néologismes pour remplacer un terme anglais qui, comme l'inflation, est galopant. À cet égard, les publications françaises les plus spécialisées, loin de faciliter la tâche, la compliquent par l'utilisation, de termes anglais là où il existe déjà, au Québec, un terme français bien établi. Si certains ont ressenti le besoin de créer

une Association pour promouvoir le français des affaires en France, c'est que le malaise est bien réel. D'ailleurs, l'association consulte régulièrement le Bureau des traductions du Secrétariat d'État et d'autres organismes canadiens et québécois.

Faire valoir sa compétence auprès du client, c'est donc connaître la réglementation de façon à devancer ses préoccupations et ses exigences ; c'est savoir lui imposer avec diplomatie une terminologie qui ne lui est pas naturelle ; c'est surtout être au fait de l'actualité, car toute notre efficacité et notre crédibilité tiennent à ce fil.

## Disponibilité et rapidité

Comment rester à la hauteur dans un domaine où tout se mesure en termes de rentabilité ? En étant soi-même rentable, et la rentabilité d'un traducteur en valeurs mobilières suppose avant tout rapidité. Le temps, en effet, est un facteur essentiel. Les gagnants sont ceux qui obtiennent l'information et savent l'exploiter plus rapidement et mieux que les autres. Il est donc indispensable que cette information arrive à temps et en même temps chez tous les professionnels, car c'est d'elle que dépende leur performance. Il suffit de penser à l'évolution rapide et à la *volatilité* des

Betty Cohen — Traductrice interprète, spécialisée en valeurs mobilières, propriétaire de Contexte Traduits Inc., chargée de cours à l'Université de Montréal, ancienne vice-présidente de la STQ et du Conseil des industries et entreprises de Québec, responsable des relations publiques à la STQ.



SERVICES DE SECRÉTARIAT  
THÉRÈSE VIAU ENR.

TRAITEMENT DE TEXTE  
Correspondance, documents juridiques,  
rapports, thèses, etc.

1670, chemin Norway  
Ville Mont-Royal (Québec) H4P 1Y2

(514) 735-9578  
739-7983



cours, de la conjoncture économique et des conditions du marché pour comprendre combien le moment choisi pour une opération est important. C'est pourquoi on attend du traducteur qu'il soit prêt à travailler vite et surtout, surtout n'importe quand, et à assurer une disponibilité totale.

Oui, le traducteur est le principal moyen de communication. C'est grâce à lui que les investisseurs des diverses langues sont sur un pied d'égalité. À lui, donc, de produire vite et bien. Inutile de préciser que, dans de telles conditions, « remettre à lundi matin » est à bannir de son vocabulaire. Nous passerons sous silence les inconvénients que nous ne connaissons que trop et qui nécessitent à eux seuls un marketing particulier. Comment, en effet, convaincre le client que nous ne sommes pas la « sorcière bien aimée » et que la traduction ne se fait pas en un tournemain ? Comment, aussi, publier simultanément le français et l'anglais lorsque le texte de départ est déjà imprimé au moment où le traducteur le reçoit ?... Mais c'est là un air connu.

Communication rapide, textes prêts à photographier, etc., tout cela exige, par ailleurs, un équipement complet, à la fine pointe des techniques. L'efficacité et la disponibilité passent aussi par les moyens que l'on peut mettre à la disposition du client. Au traducteur, donc, de se doter des meilleurs appareils : systèmes de traitement de texte et d'édition, télécopieur... La liste est longue.

### Performance, performance

Le marketing du traducteur, en valeurs mobilières tourne donc autour d'un seul et même axe : la rentabilité par la rapidité. Et cette rapidité sup-

pose trois atouts : la connaissance du domaine, la disponibilité et, essentiellement, le dynamisme. La finance est, par définition, un domaine mouvant et ouvert aux nouveautés et à la modernité. Mais elle est également sensible et, si elle fonde ses décisions sur des données très rationnelles, elle se laisse aussi guider par son intuition et ses impressions. Il faut donc présenter une image qui correspond à ses exigences : une image dynamique, moderne et ouverte, l'image d'un professionnel tourné vers l'avenir et prêt à s'y consacrer. Souvenons-nous des « golden-boys » et prenons-en de la graine ! ■



**TRANSLATEC CONSEIL LTÉE**  
393-9393

**TECHNITRANS INC.**  
393-1366

Modem/télécopie G.I, II, III 393-1373



guage that has no rules and infinite flexibility, tolerates any new invention and is invariably written in short, punchy sentences. While it is true that there is no Greville of the English language, there is such a thing as correct usage, or at the very least, more correct and less correct.

In addition, English translators in Canada have to deal with the question of spelling. Do we use British, American or Canadian spelling and what is Canadian spelling anyway? Is it determined by Canadian dictionaries like Winston and Gage, guides published by the Secretary of State and The Canadian Press, or the varying preferences of books, newspapers and magazines? And if we are not consistent or cannot back our judgment, how can we sell our idea to the client?

I have been assuming that the English translator is involved in this process of refining and deciding on the final version. Often, though, the translation may go through the hands of a reviser, typist, proofreader, typesetter, and of course the client, again generally French-speaking. I know from writing the occasional letter in French that my ability to sniff out mistakes and typos is not nearly as developed as in English, and I have to think the same applies to other people. It might explain the opera program I recently saw, which changed the "The Bartered Bride" to the "The Brooklyn Bridge, maybe?".

In my experience, clients are mainly very receptive to any effort that will help produce a good, readable English text. They don't seem to mind when I pester them with questions, and are happy to share their knowledge. This consultation may even make them more aware of the problem-solving which translation entails. It is certainly an approach I advocate. I also encourage my clients to call me when they make changes or additions that seem too minor to "bother" me about. Such communications with the client are an essential part of English translation in Montreal. ■

## Libres échanges\*

Cher langagier,

Tu veux un produit qui te fasse plaisir à toi d'abord.

J'aimerais, par exemple, que tu prennes le temps de te mettre dans la peau de celui à qui ton texte est destiné. Tu pourrais en déceler les faiblesses... et cela m'éviterait de le refaire.

Au fait, si tu allais toujours aux sources pour te faire expliquer nos passages malheureusement nébuleux, tu n'aurais pas à te torturer les méninges pour les rendre par de belles phrases et d'habiles tournures, également nébuleuses.

Souvent, ça sent la traduction; il faudrait adapter. Excuse-moi, mais j'ai souvent l'impression que tu traduis phrase par phrase sans prendre le temps de l'assurer que le tout se tient. Par pitié, relis, relis, retranche, réamérage.

Tu arrives à proposer des termes peut-être justes, mais pas agréables; pas faciles à utiliser dans un garage ou un bureau, trop longs, du type téléscopique. Tu nous fais des mots d'« me piastre et quart »!

Ne te fâche pas... Toi et tes collègues, vous me faites parfois penser à la Comédie française. Même que vous avez souvent l'air de coxettines avec vos airs sérieux, très réfléchis.

À vrai dire, j'ai rarement rencontré quelqu'un d'aussi entêté que moi, mais je sais m'incliner si tu sais bien faire les choses et prouver ton point.

Ton client

Cher client,

Dans les années 80, tu me prends encore pour un commis spécialisé... avec tes « Please type it in French », « Please reproduce in French », ou encore « Please convert to French ».

Et tu métonnes toujours avec des instructions de ce genre: Translate! Franciser, s.v.p.! Traduction simultanée, s.v.p.

Tu t'imagines que je marche comme un photocopieur! « Ce n'est vraiment rien comme texte », dis-tu. 2 000 mots à traduire et ce, en trois heures!

Où, tu me fais perdre patience. Tu reviens encore avec « Peux-tu suivre l'anglais de plus près? Ce n'est pas comme l'original. Enlève ce mot qui n'est pas dans l'anglais; il ne faut vraiment pas en dire plus ». Et puis, tes textes — anglais ou français — laissent souvent à désirer.

Tu exiges, pour désigner un fichier, par exemple, un terme qui englobe création, modification, mise à jour, élimination et combinaison de fichiers. Et tu ajoutes « Il paraît qu'il y a un mot pour ça, mais je ne le trouve pas au dictionnaire. Et puis, il me faut sept caractères, pas plus! ». Sans autres commentaires!

Au fait, toi qui te dis technique, tu refuses le terme « barrette » parce que trop féminin, et combien d'autres! De plus, tu es très insistante lorsque tu proposes que j'établisse un lexique tout spécial, dans lequel il y aurait des termes du type « gaine (de câble) », « fil paratière », etc. Sois plus sérieux!

Mais je dois reconnaître que, même si tu n'expliques pas toujours des plus clairement, tu es souvent indispensable. J'aime de plus en plus faire équipe avec toi.

Ton langagier

\* « J'ajoute et réamérage substantives, re-entres, réamérage, deux parties »

## De grands moments

Un premier congrès pour le Conseil des traducteurs et interprètes du Canada. Un thème à la mesure du Canada et de l'actualité. Un succès assuré non seulement par le sujet mais aussi par la solidarité des langagiers, le dynamisme des participants et, il faut l'ajouter, l'action intense de son président Michel Limbos, aussi président du Congrès. La manifestation a, de fait, permis à des représentants de tous les secteurs de l'activité interlinguale du pays et de l'étranger de partager préoccupations et expérience. Étaient du nombre, pour n'en nommer que quelques-uns, le commissaire aux Langues officielles du Canada, D'Iberville Fortier, le sous secrétaire d'État adjoint aux Langues officielles et traduction, Alain Landry, le président de l'*American Translators Association*, Karl Kummer.

À cette occasion le Conseil a décerné son premier prix, le *Prix CTIC*, à Jean-François Joly pour une contribution exceptionnelle à la profession au Canada. Le lauréat s'est, en effet, distingué par une activité peu commune comme administrateur et président de la Société des traducteurs du Québec ainsi que du CTIC, puis tout récemment comme membre fondateur du Centre régional nord-américain de la FIT. On vient de le nommer membre du conseil de la Fédération internationale des traducteurs. Honneur bien mérité!

Le maxi-événement que fut le Congrès a offert d'autres moments privilégiés, dont le lancement d'un monumental ouvrage de recensement, *La traduction au Canada 1531-1984*, du professeur Jean Delisle de l'Université d'Ottawa. Une œuvre qui établit la continuité, la cohésion et la dynamique de la profession au pays.

Et puis, il y a eu le quasi-exploit de la diffusion des Actes du Congrès au terme de ces trois jours de profession... de foi.

## Une profession

### De l'instinct grégaire

**A**ffluence peu ordinaire de linguistes « appliqués » dans la capitale nationale.

Des quatre coins du Canada, ils ont été près de 450 à quitter copics, cabines d'interprètes, fiches ou lexiques, pour converger vers la Mecque de nos politiciens, à qui nous devons deux langues officielles et qui sort, il est vrai, passés maîtres dans les subtilités de la langue.

Phénomène attribuable peut-être au virus de la grippe en cette saison où la bise sévit : un hebdomadaire d'actualité scientifique signalait récemment que ce microorganisme influait sur le comportement des sujets hôtes qui auraient la nette tendance à rechercher plus que d'ordinaire la compagnie de leurs congénères. Et chacun connaît la propension naturelle de la profession pour les regroupements.

Pourtant, non. À bien y regarder, nous n'étions pas en présence d'une pathologie congressisante. Si on s'est tant déplacé, c'était pour prendre langue, pour mieux se connaître et se faire connaître ; pour dresser le bilan de santé d'une profession qui a dû travailler pendant plusieurs années auprès d'une grande malade, convalescente depuis peu, l'économie des années 80.

#### Portrait de famille

Dans un domaine d'activité où les associations professionnelles pullulent — il en est une nouvelle tous les 20 mois depuis 1979 —, on ne s'étonne pas que le premier congrès du Conseil des traducteurs et interprètes du Canada ait attiré deux fois plus de participants que prévu.

Les communications ont permis de découvrir les visages modernes d'une

profession où se sont opérées plusieurs transformations au cours des dernières années.

Le congrès s'est ouvert sur un atlas canadien de l'organisation professionnelle. La profession continue d'essaimer. Traduction et interprétation en langues autochtones, officielles ou exotiques, terminologie, interprétation gestuelle : on retrouve des associations professionnelles dynamiques *a mari usque ad mare*.

#### La profession câblée

Dans un deuxième volet, nous avons appris à connaître les nouveaux outils du métier, présentés par les spécialistes du domaine. Nous sommes loin de la simple version dactylographiée. Armés des derniers matériels bureautique, informatique et éditique, nous voilà désormais équipés pour offrir à nos clients des services diversifiés et intégrés pour toutes formes de communication écrite.

#### Les spécialisations, reflet d'une société

Nos domaines de spécialisation témoignent de notre participation aux activités d'une société technologisante où la curiosité interculturelle cède le pas à l'attraction universelle de l'informatique. À la traduction littéraire et au doublage des films s'ajoute la traduction des logiciels, qui se consomment à un rythme paratruélique, laissant loin derrière d'autres domaines — celui de la traduction en langues romanes et orientales, par exemple, qui devrait représenter des créneaux intéressants vue l'accroissement des échanges internationaux et les nouvelles popula-

## au service d'un pays



Mary Plaire, présidente de la Société des traducteurs du Québec.



Photo: Sue Robinson

De g. à dr. — Deanna Hammond, présidente désignée de l'American Translators Association (ATA); Michel Limbos, président du CTIC et du Congrès; Karl Kummer, président en exercice de l'ATA; Kurt Gingold, représentant de la Fédération internationale des traducteurs et membre de l'ATA.

tions qui arrivent au Canada. Pourtant, ces domaines restent les enfants pauvres de la profession, au point où on peut se demander si nous n'assistons pas à l'émergence de nouvelles solitudes.

C'est sur le thème de la relève que se terminait le congrès, des nouvelles difficultés auxquelles sont confrontés les nouveaux professionnels de la

langue dans la conjoncture actuelle. Aussi, des liens toujours plus étroits sont-ils nécessaires entre le milieu professionnel et les programmes universitaires.

### Un tour d'horizon en trois jours

Pendant trois jours, au rythme des allocutions, nous avons vu se brosser le tableau de notre profession, ta-

bleau dont nous sommes les sujets et les artisans.

Le portrait qui s'en dégage peut aussi servir de bilan. Au terme d'une décennie qui s'annonçait encourageante mais dont les lendemains n'ont pas tardé à déchanter — conjoncture économique oblige —, il était utile de faire le point, de prendre le pouls de notre profession, voire de notre industrie.

Les signes de vitalité étaient manifestes. Pour rester de plain-pied avec d'autres fournisseurs de services dans un contexte difficile, il a fallu marquer le pas et nous nous sommes rangés sous les hamelles des années 80 : rationalisation, productivité, diversification. La profession s'en porte-t-elle mieux? Pour l'instant, il semble que oui. Après une réduction de l'emploi dans les services linguistiques des entreprises et inversement l'augmentation de la pratique indépendante, nous avons assisté à la naissance des premières grandes entreprises de services linguistiques. C'est aussi un phénomène des années 80. Des consortiums d'ingénierie aux grandes chaînes alimentaires et pharmaceutiques, l'union fait la force. Et l'avenir nous dira si c'est la voie à suivre. ■

Claudine Aucuit

## Le CTIC ?

C'est le Conseil des traducteurs et interprètes du Canada. En 1970, il prend la relève de la Société des traducteurs et interprètes du Canada, la STIC, fondée en 1956.

Une véritable fédération qui regroupe aujourd'hui sept sociétés provinciales bien autonomes : les deux sociétés fondatrices — l'Association des traducteurs et

interprètes de l'Ontario (ATIO) et la Société des traducteurs du Québec (STQ), la Corporation des traducteurs et interprètes du Nouveau Brunswick (CTINB), l'Alberta Association of Translators and Interpreters (AATI), l'Association des traducteurs et interprètes du Manitoba (ATIM), l'Association des traducteurs et interprètes de la Saskatchewan (ATIS) et la Society of Translators and Interpreters of British Columbia (STIBC).

Le CTIC représente environ 2 500 traducteurs, interprètes et terminologues. Il est, au trail d'union non seulement à

l'échelle canadienne mais encore sur les scènes nord-américaine et internationale. Membre de la Fédération internationale des traducteurs (FIT), il siège aussi à son conseil, actuellement en la personne de Jean-François Joly.

Ses activités? N'en mentionnons que l'examen d'agrément uniformisé en traduction, le dossier des droits d'auteur et... ce grand congrès d'octobre 1987.

Son président, Michel Limbos de l'ATIO; son vice-président, Yves King de la CTINB; la secrétaire-trésorière, Mary Plaire de la STQ.

# Art, Science and Big Business

**O**n a recent flight from Montreal to Ottawa in my best idiomatic English, I hailed a passing flight attendant thus: "Excuse me, please, do you have the most recent issue of *Maclean's* magazine?" The stewardess leaned over, touched my sleeve gently and said, "I'm sorry, sir, but I don't speak French." "Well, I quipped, try reading my lips, I'm speaking English!"

This anecdote, and the myriad pitfalls and perils of linguistic cohabitation as it is practised in Canada, came to mind when I ventured yet again to the nation's capital to the first conference of the Canadian Translators and Interpreters Council, whose proceedings centered on the theme "A Profession at the Service of the Country". The enthusiastic response of participants in terms of their number speaks eloquently of the gregariousness of translators and interpreters, whose *métier* can be a rather solitary one, and of their interest in the broad range of professional concerns dealt with at the conference.

Prefatory remarks gave participants a cursory but useful overview of the coexistence of the French and English languages in Canada since Jacques Cartier first contemplated Quebec's distant shores (and long before the *croissant* became so firmly established that it is now considered as an indigenous species). The pivotal role of the federal government as a

purchaser of translation services was apparent. Opening addresses evoked the language mosaic, two seemingly contradictory notions which gave those present something to ponder over lunch.

Translation is, first and foremost, an art. Its practitioners hone their painterly skills for varying lengths of time and under utterly diverse conditions, then sally forth to ply their trade under equally diverse conditions. A series of workshops devoted to areas of specialization served as a reminder of the broad range of fields in which translators (and of course, interpreters and terminologists) are now working in Canada.

Translation is also something of a science, for although changing what is spoken or written from one language to another entails much anguished deliberation on the part of the translator or interpreter and the imposition of entirely subjective choices in terms of the perceived

meaning of the message being translated, it also demands considerable precision and accuracy.

Art and science seem to have coalesced in the microcomputer (a remarkable device which was probably invented by a translator). The Secretary of State organized a round table discussion on new technologies, focusing, among other things, on the modular work station of the future. It was rather disconcerting to note that what Ottawa mandarins see in a crystal ball can also be seen today in many freelancers' offices and private-sector translation companies.

Computer-assisted translation has become something of a buzz word of late, and is certainly an innovation which is here to stay. It will undoubtedly remain the preserve of government agencies and large translation firms for some time to come, because of the heavy capital costs involved, and because of the need for extensive pre- and post-editing. Participants at



▲ Sam Metcalfe, chef intérimaire de la section des Affaires culturelles et linguistiques au ministère canadien des Affaires indiennes et du Nord.



▲ Patrick F. Dooley du Secrétariat aux Affaires autochtones (Québec) et Nicole Sauvage de l'Alberta Association of Translators and Interpreters.



▲ Yves King, président de la Corporation des traducteurs et interprètes du Nouveau-Brunswick et Phyllis Wrenn, présidente de la Society of Translators and Interpreters of British Columbia.



▲ Brian E. Rainey, président de l'Association des traducteurs et interprètes de la Saskatchewan.

the conference who are prone to insomnia because of the impending threat posed by new technologies were undoubtedly reassured to note that the perfect machine (akin to the one which, it is claimed, wrote Rossini's opera overtures) capable of churning out thousands of words an

hour of impeccable translation is still only a gleam in some computer programmer's eye.

The first conference of the CTIC was a valuable forum for exchanging ideas, renewing old acquaintances and enabling participants to assess the overall health of their profession.

It was a poignant reminder, in an age of rampant technological change and instantaneous communication, that dialogue in public assemblies is still eminently satisfying and an enriching means of obtaining information. ■

Terrance Hughes

## An American View of Translation in Canada

*American and Canadian translators have a lot to share*

**D**eanna Hammond, who was a guest of honour at the recent CTIC Conference in Ottawa, is head of translation for Congress in Washington DC, and President-Elect of the American Translators Association (ATA). She is organizing the next ATA Congress, scheduled for Seattle in October 1988, and the following one, to be held along with the North American Congress of ITI in Boston in 1989. Judith Woodsworth interviewed her for **Circuit**.

**Circuit:** Is this your first Canadian conference?

**Deanna Hammond:** Yes it is, but it certainly won't be the last. It's been tremendously educational.

**Circuit:** What have you learned at this conference?

**D. H.:** I have learned about Canada — about the various provinces and the different language groups. I was interested to hear that the number of English-Canadians who know French has increased. In the US there is a lot of bilingual legislation, but it is meant to enable Spanish speakers to keep their language rather than to encourage Americans to speak Spanish. It is not a two-way situation as it is here.

But one of the great things about coming to a conference like this is seeing not only how the two countries differ, but also what we have in common and how we can work together. I think it is extremely positive.

**Circuit:** What are some of the specific ways in which we could work together?

**D. H.:** You certainly have things that we do not have. It's fine for the offi-



▲ *Hendrick Burgers, président de l'Association des traducteurs et interprètes de l'Ontario.*



▲ *Roger Bouchard, président de l'Association des traducteurs et interprètes du Manitoba.*



▲ *Isabel Milne, présidente de l'Alberta Association of Translators and Interpreters.*

cers to go to each other's meetings, because as individuals we come back enriched, but we need to do something tangible so that our members can reap the benefits of the improved communication between the two countries.

For example, you have certification exams for many language pairs. Our recently-formed Japanese divi-

sion spent nearly two years just setting up a Japanese accreditation program. You already had it. This is one way Canada could have helped us: in making up and grading a first set of exams.

We could work on a closer standardization of the kind of test both our countries give. In this way translators accredited by ATA or CTIC could work on either side of the border.

We were also very impressed by the STQ's survey of working conditions. We have drawn up a similar survey to send to all ATA members, and eventually to other translators not yet in the association, to get a better picture of what's happening in the United States. Once again you have set a model for us.

**Circuit:** But surely we could also learn from you, and our members could

benefit from closer cooperation with your association.

**D. H.:** We have so much more to learn from you because you're so much more advanced than we are. I work for the federal government in Washington and find conditions here amazing by comparison. In the US we have a few translators in every federal agency, with no communication among them. We duplicate efforts: we don't have a centralized translation bureau or a central terminology bank. I suppose that the government has stayed out of it because we don't have two official languages.

But there is a great deal that we can do by working together. For example, your British Columbia translators could work with our people in the Pacific North West. They are in a similar situation because they are far away from the centre of government and hence translation activities. Vancouver and Seattle are both ports and gateways to the Orient with an increasing need for Japanese as well as expertise in import-export technology. If a big company in Seattle needed more translators, they could make use of the resources just across the border.

**Circuit:** I understand that you represent ATA in a lobby group. Perhaps this is something Canadians could learn from you. We are not very experienced in lobbying.



Photo: Sam Maléon

*Michel Limbos (à droite), président du Congrès et du Conseil des traducteurs et interprètes du Canada; Jean-François Job, premier lauréat du prix CTIC; Betty Cohen de la STQ.*

**D. H.:** I think we need it more. But yes, ATA belongs to an umbrella organization composed of all the major foreign language associations. They have created an information and lobby group called the Joint National Committee for Languages (JNCL) which works with every office on Capitol Hill on matters relating to foreign languages. They host receptions to get the Senators and members of Congress together with business representatives to talk about the importance of languages. It was through JNCL that I learned about the Japanese Literature Act, a multi-billion dollar bill involving the translation of masses of Japanese technical documents. Similar legislation will be introduced

to bring about the translation and dissemination of technical information for all our other trading partners. This will have tremendous implications for translation in the US, so it is important for us to be informed and involved.

**Circuit:** Tell me about the North American Regional Centre of FIT. It was created at the 1986 Mexico Conference. Apart from planning the next Conference in Boston in 1989, what role has it played?

**D. H.:** One of our problems has been that the committee members are in three separate countries. So far we have been concerned mainly with organizing the Boston conference. But once we get the groundwork done on that, I think we can move on to other areas.

One of our objectives is to set up an exchange program. If someone in a CTIC society were interested in the translation situation in Washington DC, for example, and wanted to visit organizations such as the World Bank and the Library of Congress, an ATA member would provide for accommodation in Washington and would introduce the person to the right people. In return, the American host could expect to receive free lodging in Canada. This would enable professionals in all three countries to meet each other, but at a lower cost and not as tourists.

## La vie des associations

La Société des traducteurs du Québec se retrouvera en congrès annuel, à Montréal, le 5 juin prochain. Le thème? Les professions linguistiques et les années 90. Le libre-échange avec les États-Unis compte parmi les grandes questions de l'heure, hé! et bien sûr, programme. Vous pouvez être de l'événement même si vous n'êtes pas membre de la STQ. Adressez-vous à la STQ, 1010, rue Sainte-Catherine ouest, bureau 1036, Montréal (Québec) H3H 3R8. (514) 861-1788.

L'Association canadienne des professeurs de rédaction technique et scientifique (ACPRTS) ou la Canadian Association of Technical Writers (CATW) en sera à son cinquantième congrès annuel les 29 et 30 mai. C'est dans le cadre des Sociétés savantes que l'Université de Windsor (Ontario), accueillera conférenciers et participants sur l'enseignement de la rédaction professionnelle, sur la rédaction juridique et la responsabilité du rédacteur, par exemple. Le congrès

vous intéresse ou vous désirez devenir membre de l'Association et recevoir d'office la revue *Technostyle*? Adressez-vous à la présidente, Jacqueline Bossé-Andrien, École de traducteurs et d'interprètes, Université d'Ottawa, Ottawa K1N 6N5; tél. (513) 564-4054 ou (513) 231-4215. Ou encore contactez le vice-président, Michael P. Jordan, Linguistics and Technical Communication Dept., McLaughlin Hall, Queen's University, Kingston, Ontario K7L 5N6; tél. (513) 545-2578.

L'Association canadienne de traductologie (ACTO) ou la Canadian Association for Translation Studies (CATS) a été fondée, en mai 1992, pour promouvoir la recherche dans les domaines de la traduction, de la rédaction, de la terminologie et de l'interprétation et offrir un cadre de discussion pour les questions relatives à l'enseignement de ces disciplines. Son premier colloque aura lieu les 30 et 31 mai prochains à Windsor. Également dans le cadre des Sociétés savantes. Le sujet: la traduction et son

public. Pour en savoir plus sur le colloque ou sur l'Association, communiquez avec la présidente Judith Woodsworth, Département d'études françaises, Université Concordia, 714, rue Sherbrooke ouest, Montréal (Québec) H4B 1R6; tél. (514) 848-7518. Le secrétaire-trésorier est Gilles Bélanger du Département de linguistique et philologie, Université de Montréal, C.P. 6129, Succ. A, Montréal (Québec) H3C 3J7.

L'American Translators Association (ATA) tiendra son 29<sup>e</sup> congrès annuel du 12 au 16 octobre prochain à Seattle (Washington). Sous le thème « Languages at Crossroads », on traitera de traduction littéraire, scientifique et technique, d'interprétation, de rédaction, de théorie et d'enseignement de la traduction, etc. Adressez-vous à Terence Hammond, ATA President-Elect, 3560 S. George Mason Drive, Alexandria, VA 22302, USA; tél. (703) 287-3777.

**Circuit:** Have you managed to recruit a lot of Canadians for your Seattle conference?

**D. H.:** I sure hope so. The call for papers is going out and I have been encouraging Western Canadians, in particular, to attend.

You see, a little aside, I was born in Calgary. I became a US citizen when I was 14, and lived in Seattle a great deal of my life. I feel motivated to get my former country involved with Washington state. I hope to be able to set aside space and time for people from Western Canada and the American North West, so that they can meet, get to know each other and discuss how they can work together.

**Circuit:** This all sounds very promising and bodes well for free-trade, in the translation industry at least. ■

## Honneur

Connu sans nul doute de tout langagier qui se respecte, **Jean-Paul Vinay** a été fait, en 1987, membre de l'Ordre du Canada. Depuis longtemps sommité du monde de la traduction au Canada, il s'est notamment signalé par son enseignement et ses travaux à l'Université de Montréal, puis à l'Université de Victoria en Colombie-Britannique. Avec Jean Darbelnet, il publiait, en 1958, cet ouvrage aussi important qu'inédit : la *Stylistique comparée du français et de l'anglais*.

Une nouvelle distinction au palmarès de l'Association des traducteurs littéraires du Canada ! Un de ses membres, **Paule Daveluy** est récipiendaire d'un prix Fleury-Mesplet. Traductrice spécialisée en littérature jeunesse, la lauréate a également à son actif la version française du *Complete Do-It-Yourself Manual* publié par les éditions du Reader's Digest, le *Manuel complet du bricolage*. Créés en 1987 dans le cadre du salon du livre de Montréal, les prix Fleury-Mesplet honorent la mémoire du premier imprimeur-libraire établi à Montréal au XVIII<sup>e</sup> siècle et soulignent une contribution exceptionnelle dans le domaine du livre et du périodique.

# Des mots

par Monique C. Cormier  
avec la collaboration  
de Marie-Hélène Gauthier

## Des Abbotsfordiens aux Zotiquiens

### Petite Incursion en Gentille québécoise

Absent de la presque totalité des dictionnaires de langue actuels, le terme **gentilé** provoque une réaction d'étonnement, tant dans la population en général que parmi les spécialistes qui gravitent autour du domaine du langage. Or, le phénomène des gentils a connu, au Québec tout particulièrement, une évolution si spectaculaire qu'il convient d'en examiner les aspects essentiels en regard de la discipline de la traduction. Nous proposons aux lecteurs de **Circuit** un bref tour d'horizon de la gentilistique au Québec.

#### Gentilé avez-vous dit ?

En français courant et même sous la plume de quelques spécialistes, on relève les appellations *ethnique* et *non ethnique* pour caractériser la dénomination donnée en regard du lieu où elle se situe, alors que le terme **gentilé** nous paraît davantage indiqué. En effet, en raison de sa nette référence aux peuples et aux ethnies, ethnique doit céder le pas à gentilé au sens de « dénomination des habitants par rapport au lieu où ils habitent (continent, pays, région, ville, village, quartier, paroisse, etc.) ». Il provient du latin *gentile nomen*, neutre de *gentilis*, « relatif à une nation », ce dernier étant tiré de *gens*, *gentis*, « peuple, nation, race ; famille ; contrée, pays, canton ».

Affecté de la marque d'usage « vieux » dans la plupart des dictionnaires de langue dans lesquels il figure (Grand Robert I, Quillet-Grolier 1965, Bédiale 1974), il est devenu courant au Québec au cours des six dernières années<sup>1</sup> tant dans la prose journalistique que dans le vocabulaire de

Monsieur Tout-le-Monde. L'adoption d'un avis de recommandation de la part de l'Office de la langue française, en 1982, a sûrement contribué à sa diffusion officielle et à l'amorce d'une seconde carrière : il figure désormais en entrée de la toute nouvelle édition du *Grand Robert de la langue française* et le linguiste Jean Darbelnet<sup>2</sup> estime sa fonction comme précieuse, ce qui témoigne de la reconquête irréversible par ce mot de la place qu'il doit occuper dans le langage courant.

Nous n'avons pas à convaincre la gent traductrice de l'importance et de la primauté du nom dans la société moderne comme véhicule identitaire, eu égard aux multiples situations de traduction qui la mettent en contact avec des dénominations comme les anthroponymes, les toponymes, les raisons sociales, les marques de commerce. Les notions d'appropriation et de création demeurent trop connues pour que nous insistions.

Au Québec, le gentilé a toutefois permis à maintes collectivités de s'identifier de manière particulière et souvent exclusive grâce à une appellation qui les situe en regard de leur lieu d'appartenance respectif. Ce souci s'est inscrit tout naturellement dans le courant de la forte prise de conscience de l'identité québécoise vécue ici depuis près de vingt-cinq ans et cristallisée par la mutation dénomminative des *Canadiens français* devenus *Québécois*. À cette macro-identification de l'homme du Québec avec le « pays », s'est greffée une série de micro-identifications à sa région, à sa ville, à son village, à sa localité, à



son quartier, à son secteur résidentiel, à sa paroisse, voire, quoique rarement, à sa rue, lesquelles témoignent du lien privilégié qu'entre-tiennent les gens avec leur milieu de vie.

C'est l'entité municipale (ville, village, paroisse, réserve indienne) qui constitue le véhicule par excellence de la dénomination gentiléenne. Ainsi, le rôle des municipalités lors de la création, de la modification et de la diffusion des gentilés peut être estimé capital et il n'est pas sans intérêt de souligner qu'environ trois quarts des 1 500 municipalités du Québec ont un gentilé et que les deux tiers l'ont estimé digne de recevoir un statut officiel.

Le gentilé est un facteur culturel non négligeable : il entre dans la composition des raisons sociales (*Mobilier Jeannois, Ferme Berthelaisse*), de noms d'écoles (*La Courvalloise*), de noms de journaux (*Le Rimouskois, Le Témiscamien*), de périodiques (*Le Sagamien*), de bulletins municipaux (*Le Catherinois, Le Nicois*).

### Atours gentiléens

L'un des problèmes les plus aigus suscités par les gentilés consiste en l'élaboration de dérivés adéquats qui s'implanteront aisément dans l'usage courant, surtout si l'on songe à la complexité de certains toponymes souches québécois comme Saint-Pierre-de-Véronne-à-Pike-River ou Notre-Dame-du-Sacré-Coeur-d'Isoudun ! Toute dénomination peut être génératrice d'un gentilé en tenant

compte de quelques principes fondamentaux : clarté (lien le plus évident possible entre le nom du lieu et celui de ses habitants), brièveté, consonance harmonieuse et absence de marque péjorative.

Voici, à titre indicatif, quelques modalités de formation des gentilés au Québec :

Règle de base : nom de lieu ou composant + suffixe = Gentilé

Exemples :

- Québec + -ois = Québécois
- Chapais + -ien = Chapaisien
- (L'Ancienne-)Lorette + -ain = Loretain
- (Notre-Dame-Auxiliaatrice-de-) Buckland + -ais = Bucklandais
- Saint-Lin + -ois = Saint-Linois

Dérivation latine : nom de lieu transposé en latin + suffixe = Gentilé

Exemples :

- Sainte-Croix (lat. Sancta Crux) + -ien = San-Crucien
- Salaberry-de-Valleyfield (lat. Campivallensis) + -ien = Campivallensien
- Trois-Rivières (lat. Trifluvius) + -ien = Trifluvien

Procédé de l'inversion : nom de lieu inversé + suffixe = Gentilé

Exemples :

- Montmagny > \*Magnymont + -ois = Magnymontois
- Rivière-du-Loup > \*Louprivière + -ois = Louperivois

Dérivation anglaise : Nom de lieu + suffixe anglais = Gentilé

Exemples :

- Beaconsfield + -er = Beaconsfielder
- Bedford + -ite = Bedfordite
- Ulverton + -ian = Ulvertonian

Dérivation inuit : Nom de lieu + suffixe -miuq<sup>1</sup> = Gentilé

Exemples :

- Aupaluk + -miuq = Aupalummiuq
- Kangigssualujuaq + -miuq = Kangigssualujuaumiq

Dérivation amérindienne : Nom de lieu + suffixe -ronon = Gentilé

Exemples :

- Akwesasne + -ronon = Akwesashronon
- Kahnawake + -ronon = Kahnawakeronon

### Traducteurs si vous sachiez

Le recours au gentilé peut être considéré comme une ressource stylistique, d'autant plus qu'il permet d'alléger sensiblement un texte. En effet, aux lourdes, longues et peu originales expressions *les habitants de...*, *les citoyens de...*, *les gens de...*, *les villageois de...*, le gentilé substitue une appellation brève, précise, originale tout en réalisant un gain substantiel d'espace.

Quelque peu méconnus, les gentilés méritent de figurer en bonne place dans l'arsenal des langagiers. D'ailleurs, déjà les auteurs du Dictionnaire de Trévoux déplorait aussi tôt qu'en 1771 le peu d'intérêt accordé aux gentilés tout en en notant l'utilité : « Beauval Basnage dit que le Dictionnaire d'Étienne Byzance enseigne le gentilé des habitants des villes et des pays dont il parle. Il se plaint de ce que c'est une richesse qui manque à notre langue ; ce qui nous oblige souvent à nous servir de circonlocutions, parce que nous n'avons point de dénomination tirée du nom de plusieurs villes. » Puisque cette lacune a été comblée en langue québécoise, pourquoi ne gentiliserions-nous pas ?■

Jean-Yves Dugas,  
Commission de toponymie

1. La première de notre Répertoire des gentilés (*Annuaire des habitants du Québec*, Commission de toponymie, 1981, a servi à établir la diffusion de ce vocable, l'usage de 428 dénominations en usage.

2. « Sorti de l'usage, il y en avait beaucoup. Il est comblé parce qu'il s'agit d'une péroraison. » (*Dictionnaire des particularités de l'usage*, Québec, P.U.Q., 1986, p. 103).

3. En français, le suffixe -miuq, variante -miuk à son tour, habitait de - et a pour forme plurielle -miut, une seule forme exprimée à la fois le masculin et le féminin.

4. La seconde édition du *Répertoire des gentilés de Québec*, Québec, les Publications de Québec, 1987, 300 + 188 p., paraît en août dernier, consultable avec ses 1 429 entrées l'ouvrage le plus complet sur le toponyme au Québec.

Saluons pour commencer la création de l'Association canadienne de traductologie/Canadian Association for Translation Studies. L'organe de cette nouvelle association s'appelle tout simplement **Bulletin de l'A.C.T./C.A.T.S. Newsletter**. Le premier numéro relate la naissance de l'A.C.T. et annonce la tenue d'un colloque (« La traduction et son public », Windsor, mai 1988). (Adhésion : Gilles Bélanger, Dép<sup>t</sup> de linguistique et philologie, Université de Montréal, C.P. 6128, succ. A, Montréal H3C 3J7. 50 \$)



**Informaciones SITT** est le bulletin trimestriel du Servicio iberoamericano de información sobre la traducción, créé en 1986 sous l'égide de l'UNESCO. La première livraison (1-2, 1987) présente le SITT (historique, objectifs, activités) et annonce les prochains congrès et colloques. [Editado por UNESCO-SITT, Eloquentón 1811, (1645) Beccar (Pcia. Bs. As.), Argentina.]

La revue littéraire **Sud** consacre un numéro (69/70) à « La traduction - Réflexions, reflets - Plus de vingt « éternels bagnards de l'ombre » (entendez traductrices et traducteurs littéraires) y réfléchissent sur leur art et présentent des extraits de leurs traductions. Des « Notes de lecture », portant sur les œuvres traduites, complètent ce numéro. (62, rue Sainte, 13001 Marseille. Abonnement annuel : 450 F. Le numéro 69/70 est en vente à la Librairie Olivieri [39 \$].)

**Mostovi (Les Ponts)**, revue de l'Association des traducteurs de la Serbie, a publié un numéro spécial (18,2) à l'occasion du XI<sup>e</sup> Congrès de la FIT. Quelque vingt articles, en français, sont groupés sous les rubriques suivantes : Théorie

générale de la traduction littéraire, Traduction de la poésie, Miscellanea, Portraits de traducteurs et Les organisations de traducteurs en Yougoslavie.

**Meta** (32,3) publie les Actes du Colloque « La fertilisation terminologique dans les langues romanes » (Paris, 1986).



**Terminologie et traduction** (2-1987) contient des articles sur la terminologie technico-scientifique et sur l'aménagement terminologique au Québec, ainsi qu'une étude sur la redondance dans les traductions techniques. En annexe, liste des publications terminologiques de la CEE.

Sans doute pour les aider à passer l'hiver, **C'est-à-dire...** (17,5) offre à ses abonnés un « Petit lexique de la planche à voile », avec illustration et bibliographie. Dans le même numéro : « La prononciation à Radio Canada », « La parole à la radio » et « Les parasites radiophoniques ».

La rubrique « Pour bien se comprendre » de **Hydro-Press** (67, 17 et 19) porte sur les prépositions (« à, de ou sur ? ») et les locutions clichés (au niveau de, sur le plan de, par le biais de...).

**Terminiglobe** (X,3) présente une étude sur « L'imprimante à laser de bureau », suivie d'un lexique et d'une bibliographie.

**Accountability, Just-in-time (production system)**, vous connaissez ? Probablement, mais pour faire vraiment le tour de ces deux notions, il faut lire **Lexicom** (22), bulletin de la Société des comptables en management.

**La banque des mots** (33) contient trois vocabulaires : intelligence artificielle, laser et collage.

Dans **Yélé-Clef** (4/1987), plusieurs articles intéressants pour les traducteurs juridiques : « La rédaction bilingue des lois », « L'interprétation des lois ».

bilingues », - Méthodes judiciaires d'interprétation de la législation bilingue - et - Les principes du sens courant des mots ».

Le service de traduction de la Banque Royale du Canada entre dans la ronde des bulletins de terminologie. **Au bout de la langue** (1,1) traite des nouveaux instruments financiers : bref tour d'horizon, lexique (une centaine de termes) et bibliographie. En complément : trois néologismes et une recension du *Nouveau guide des paradis fiscaux* (5, place Ville-Marie, 13<sup>e</sup> étage, Montréal H3B 2G2.)



Au sommaire de **Technostyle** (6,1) : « Communicative Competence: Business Savvy and the Technical Writer », « Setting Up Professional and Technical Writing Courses for a Mixed Audience », « Producing a Manual Set in the Computer Industry », « 1986 Annual Bibliography of Administrative and Technical Communication in Canada ».

La **Revue québécoise de linguistique** (16, 2) a pour thème « Problèmes linguistiques et enseignement du français au Québec ».

Le **Bulletin du Conseil de la langue française** (4,3) présente un résumé d'études et d'enquêtes (« L'avenir du français aux États-Unis », « La situation linguistique en Haïti », « Le français écrit dans l'Administration publique ») et deux comptes rendus : La XII<sup>e</sup> Biennale de la langue française et La francophonie en direct (interview de personnalités québécoises et canadiennes).

Les Services linguistiques du Canadien National ont diffusé une version révisée des **Vocabs** 6, 7, 8 et 9 (wagons), ainsi qu'un index bilingue des **Vocabs** 1 à 61.

Dans **Transmission** (6,4), bulletin de l'Association des traducteurs littéraires, signalons : la création d'un prix de traduction F.R. Scott, la publication en 1988 des Actes de la conférence « Literary Identity and Literary Translation » (Montréal, 1986) et deux comptes rendus : séminaire de l'Association des traducteurs norvégiens et colloque de l'Université libre de Bruxelles sur « Les avatars de la traduction ».

The **TRANSletter** (20) publie des extraits d'un ouvrage (Mavis Gallant, *Paris Notebooks*, MacMillan of Canada, 1986) critiquant la traduction en « sub-speech » d'œuvres d'écrivains français. Preuves éloquentes à l'appui.

Dans **Transforum** (octobre 1987) on peut lire un bilan des activités de l'Association des traducteurs et interprètes de l'Alberta, une entrevue avec une traductrice québécoise établie à Calgary et un article en allemand sur les problèmes et difficultés de la traduction.

Le **Bulletin de l'ATIS** (5, 1) contient notamment un compte rendu du congrès de la FIT et une brève présentation de l'*American Sign Language*.

Dans **Équivalence** (8, 2) notons un article sur « La réforme de l'interprétation judiciaire au Nouveau Brunswick » et un texte humoristique : « Le système de DAR (Défense antiréviseurs) ».

**Uqagta** (5) pose la question « Unification of Dialects into One Common Language? », tandis que « Nine Years of Hard Work » salue la parution du premier volume de *PIG Inuktitut Glossary* (anglais-inuktitut).

Le **Bulletin de l'École de traducteurs et d'interprètes** (19) de l'Université d'Ottawa dresse un bilan de l'année universitaire 1986-1987 (effectifs : 186 étudiants au 1<sup>er</sup> cycle et 47 au 2<sup>e</sup>, liste des publications des professeurs et projet d'une option « enseignement coopératif » en traduction).

À signaler dans le **Capital Translator** (VIII,8) de la section new-yorkaise de l'American Translators Association : les fiches signalétiques d'une centaine de revues et bulletins de traduction publiés dans le monde. (En prime, une appréciation de **Circuit** : « Excellent. A good buy... »)

Dans **III News** (2,5), un traducteur explique comment intégrer rapidement et proprement la traduction des indications figurant dans les tableaux, schémas, etc., en utilisant un photocopieur et un rouleau de ruban adhésif. Le « networking » (réseau de traducteurs travaillant dans les mêmes langues ou domaines de spécialisation) se développe en Angleterre, de même que le « Guardian Angel Scheme » (traducteurs chevronnés prenant sous leur aile des débutants).

**The Linguist** (26,3) propose, entre autres articles : « The Pitfalls of Translating Social and Labour Texts » et « International Scientific

Communication: Old Problems and a New Perspective ».

Sujets traités dans *Babel* (33,2) : la traduction littéraire aux Pays-Bas et la traduisibilité des métaphores. « Climats de la traduction » présente la situation en Belgique.

#### *Le français dans le monde*

consacre un numéro spécial (août-sept. 1987) à la traduction : plus de vingt articles regroupés sous les thèmes « Jeux théoriques de la traduction », « Traduction automatique », « La parole aux traducteurs », « Pédagogie de la traduction » et « Le monde de la traduction [professionnelle] ».

*Répliq*, « revue professionnelle linguistique canadienne », a été lancée cet automne par la Société de gestion Guy Vauban. Principaux articles du premier numéro : « Le sommet de Québec et les industries de la langue », « Formation des traducteurs », « Signs of the Times » (la Loi 101 et l'affichage). (1015, côte du Beaver Hall, Bureau 150, Montréal H2Z 1S1. Abonnement : 60 \$/12 numéros.)

*La Recherche* (192) contient un article sur « Le "desktop publishing" ». Éditeur, connaît pas ?

À signaler dans les récents numéros de *Language Monthly* : un compte rendu des Journées européennes de la traduction (44), « La terminologie dans les entreprises belges » (47), « Modems and Translators - the French Scene », « English Today - Japanese Style » (48), « British Telecom announces voice translation prototype », « Georgetown Institute of Machine Translation » (49).



Dans *Computers and Translation* (2,3), mentionnons : « A User Perspective on Computer-Assisted Translation for Minority Languages », « The Context of Machine Translation » et « Toward a

Methodology for the Evaluation of Machine-Assisted Translation Systems ».

Le numéro 6,2 de *La francisation en marche* a pour thème « L'intégration des membres des communautés culturelles à la société québécoise de langue française ».

*Language Technology* (4) continue sur sa lancée en publiant des articles et des nouvelles d'un grand intérêt pour les accros de la TA et de la TAO. Nouveaux logiciels de traduction, programmes de correction grammaticale et stylistique, dictionnaires sur disque compact, poste de travail, éditique... Parmi les « Newsnotes » signalons la reconversion de AIPS qui, en faisant l'acquisition « des 4 ou 5 plus grands cabinets du monde, dont un au Canada », deviendrait la plus grande entreprise du genre, avec un chiffre d'affaires de 30 millions \$US. ■

## Ne restez pas hors - circuit !

Veuillez m'abonner à « CIRCUIT », magazine d'information sur la langue et la communication (un an, quatre numéros - 20 \$ ; extérieur du Canada : 30 \$). (Écrire en majuscules.)

NOM \_\_\_\_\_

ADRESSE \_\_\_\_\_

CODE POSTAL \_\_\_\_\_

SIGNATURE \_\_\_\_\_

DATE \_\_\_\_\_

Chèque ou mandat à l'ordre de « Circuit STQ »

Envoyer à : **CIRCUIT**  
Société des traducteurs du Québec  
1010, rue Sainte-Catherine ouest  
Bureau 840 - Montréal (Québec) H3B 1G7

## Nouveautés

### Colloques • Congrès

• **Actes du Colloque international sur l'aménagement linguistique. Proceedings of the International Colloquium on Language Planning.** Présentation de Lorne Laforge, Québec, les Presses de l'Université Laval - Centre international de recherche sur le bilinguisme, 1987, 428 p.  
Contient le texte des communications présentées lors du Colloque international sur l'aménagement linguistique qui a réuni, à Ottawa, du 25 au 29 mai 1986, des participants et observateurs d'une vingtaine de pays.

• BOULANGER, Jean-Claude et Ali REGUIQUI (éd.), **L'enseignement de la terminologie à l'université: état de la question**, Québec, GIRSTERM, 1987, 171 p.  
Actes de la table ronde sur l'enseignement de la terminologie qui avait lieu à l'Université Laval le 12 avril 1986.

• CZAP, Hans and Christian GALINSKI (Ed.), **Proceedings. International Congress on Terminology and Knowledge Engineering**, Frankfurt, Indeks Verlag, 1987, 436 pp.  
Actes du Congrès tenu à l'Université de Trèves, en RFA, du 29 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 1987. (Librairie Olivieri, 3527, av. Lacombe, Montréal, H3T 1M2)

• PICKEN, Catriona (Ed) **The Business of Translation and Interpreting**, London, Aslib, The Association for Information Management, 1987, 180 pp.  
Proceedings of the first Annual Conference of the Institute of Translation and Interpreting held in May 1987. Among the topics covered are the customer's perspective,

professional training, language mediation activities, professional status and standards. (Librairie Olivieri)

• **1<sup>er</sup> Congrès du Conseil des traducteurs et interprètes du Canada. Une profession au service d'un pays / 1<sup>st</sup> Conference of the Canadian Translators and Interpreters Council. A Profession at the Service of the Country**, Ottawa, 29, 30, 31 octobre 1987, CTIC, XV - 301 p. [35 \$]  
Contient les allocutions d'ouverture et le texte des vingt-neuf



communications présentées lors de ce congrès. (Linguatex, C.P. 333, succursale Outremont, Montréal H2V 4N1)

### Traduction • Linguistique

• BÉDARD, Claude, **Guide d'enseignement de la traduction technique**, Montréal, Linguatex, 1987, pagination multiple [15 \$]  
Exposé général de l'approche pédagogique préconisée par l'auteur



et exposé détaillé de dix-sept objectifs d'apprentissage. (Linguatex)

• BÉDARD, Claude, **Guide d'enseignement de la traduction technique — Solution des exercices**, Montréal, Linguatex, 1987, 22 p. [5 \$]  
Corrigé des exercices proposés dans l'ouvrage précédent. (Linguatex - Achat réservé aux enseignants)

• DUGAS, Jean Yves, **Répertoire des gentils du Québec**, Québec, Commission de toponymie, 1987, 258 p.  
Contient les dénominations de 1 429 collectivités régionales, municipales, locales, sectorielles ou autres du Québec. (Éditeur officiel)

• LAFORGE, Lorne (dir.), **Bulletin bibliographique sur la linguistique appliquée à l'informatique**, Québec, Centre international de recherche sur le bilinguisme, 1987, 116 p.  
Comprend 150 dossiers bibliographiques qui portent sur l'application de la linguistique à l'informatique ou sur l'application de l'informatique à la linguistique.

(CIRB, Université Laval, Québec G1K 7P4)

• **LEBLANC, Benoît, André BOUGAÏEFF et al.**, *Le français en tête*, Pointe-du-Lac, Université du Québec à Trois-Rivières, 1987, 148 p.

Comprend les fiches linguistiques et terminologiques parues dans le journal *En Tête* de l'IQTR depuis septembre 1983.

• **NIRENBURG, Sergei (Ed.)**, *Machine Translation. Theoretical and Methodological Issues*, London, Cambridge University Press, 1987, 350 pp.

Provides a comprehensive survey of current intellectual activity in the area of machine translation, and detailed accounts of five different methodologies for machine translation research. (Librairie Olivier)

• **SÉNÉCAL, André, Claude BÉDARD et al.**, *Entre Nous — Bulletin de traduction technique*, Montréal, Linguatex, 1987, XXV + 242 p. [16 \$]

Recueil de bulletins consacrés à la traduction technique, suivi d'un index alphabétique. Reprend le contenu des bulletins parus au Secrétariat d'État, entre 1978 et 1986. (Linguatex)

## Informatique

• **ARSENAULT, Lillian**, *Les réseaux locaux*, Montréal, Services linguistiques, IBM Canada Ltée, 1987, 191 p.

Lexique bilingue (anglais-français et français-anglais) qui comprend plus de 1 000 entrées anglaises et 1 200 entrées françaises. (IBM Canada, Services linguistiques, 5, place Ville-Marie, Montréal H3B 2G3)

## Ouvrages généraux

• **Petit Larousse Illustré**, Édition 1988, Paris, Larousse, 1987, 1 799 p. [44,95 \$]

Nouvelle édition qui comporte 102 ajouts majeurs répartis de la façon

suivante : dans la partie langue, 73 mots, 20 sens, 9 expressions ; dans la partie histoire, 27 noms propres. (Librairie Champigny, 4474, rue St-Denis, Montréal H2J 2L1)

• **Dictionnaire de français**, Paris, Larousse, 1987, 1 095 p. [19,95 \$]

Dictionnaire approfondi de la langue française. Compte plus de 35 000 mots présentés dans l'ordre alphabétique strict. (Librairie Champigny)

• **Petit dictionnaire de la langue française**, Paris, Larousse, 1987, 1 095 p. [12,95 \$]

Même contenu que le *Dictionnaire de français*, mais présenté dans un format de poche très pratique. (Librairie Champigny)

• Services linguistiques, Comité d'organisation des XV<sup>es</sup> Jeux Olympiques d'hiver, *Lexique des termes reliés aux disciplines sportives inscrites aux XV<sup>es</sup> Jeux Olympiques d'hiver*, Calgary, 1987, pagination multiple.

Contient la terminologie en français, anglais et allemand relative aux sports officiels des Jeux Olympiques d'hiver. (Comité d'organisation des XV<sup>es</sup> Jeux Olympiques d'hiver, C.P. 1988, succursale C, Calgary (Alberta), Canada T2T 5R4)■

# L'histoire du Canada vue sous un angle insolite

*L'ouvrage de Jean Delisle est un inventaire de tout ce qui s'est dit sur la traduction. Aux chercheurs de l'interpréter*

Jean Delisle, *La traduction au Canada / Translation in Canada (1534-1984)*, Les Presses de l'Université d'Ottawa, 1987, 436 p.

Vaste par l'échelle de ses activités et riche des ressources économiques qu'il mobilise, le monde de la traduction au Canada a longtemps été plutôt pauvre en reconnaissance symbolique. Quelques événements récents permettent de penser que cette indigence ne sera pas éternelle. Le premier congrès du CTIC a mis la traduction « sur la carte » des professions au Canada ; la fondation récente de l'Association canadienne de traductologie donne aux études sur la traduction une nouvelle autonomie. Et l'ouvrage de Jean Delisle, *La traduction au Canada (1534-1984)*, confirme l'existence de la traduction

en tant que fait social, lui ouvrant une place au sein de notre vie historique et culturelle.

Cet ouvrage de référence désormais essentiel, présente à la fois une chronologie des événements de l'histoire de la traduction au Canada et sous forme de bibliographie, l'indication de matériaux qui pourront aider à la compléter. Le premier volet du livre fournit une matière brute (les dates, les événements, les organismes) que les éléments du deuxième volet permettront d'interpréter.

## Cet obscur objet d'étude

Si en général les traductions réussies ne se remarquent pas, si les échanges linguistiques se font à l'abri des regards, on peut bien se deman-

der de quoi serait faite une histoire de la traduction. Dans son « Précis d'histoire de la traduction au Canada », Delisle nous fournit deux pistes. La traduction est d'abord le *résultat* de faits historiques (les grands événements politiques — la Conquête, l'Acte d'Union, les législations linguistiques — ont dicté les grandes orientations de l'activité traduisante). Mais l'évolution institutionnelle de la traduction au Canada est en elle-même une *composante* de l'histoire. Les éléments de cette chronologie dessinent la topographie de plus en plus impressionnante d'une profession autrefois invisible.

Regarder l'histoire du Canada à travers la lentille de la traduction, c'est l'apercevoir sous des angles parfois insolites. Savait-on que Jacques Cartier a terminé sa vie comme courtier-interprète ? qu'un membre de la communauté acadienne a dû traduire en français l'acte de déportation des Acadiens ? qu'en 1907 les traducteurs fédéraux ont obtenu la parité de salaire avec les sténographes du Parlement ? que le premier cours de traduction professionnelle a été donné en 1936 ? que la section française de l'agence Canadian Press créée à Montréal en 1951 était, en pratique, un service de traduction de dépêches ? Le « précis » (auquel Delisle prend bien garde de n'attribuer aucune visée totalisante ou interprétative) est une somme d'événements hétéroclites, d'importance très variée, qui présente en quelque sorte un état actuel des connaissances. Ce sera donc aux chercheurs qui suivront d'indiquer l'importance relative de ses éléments et de tracer leurs contours idéologiques.

Le nombre des entrées devient de plus en plus abondant à partir des années 60. Tous les ans se fondent de nouvelles associations et écoles, et le nombre de colloques et congrès va sans cesse croissant. On est témoin de l'importance grandissante de la profession mais aussi des frustrations qu'apporte l'insuccès répété de certaines démarches comme celle de la reconnaissance professionnelle.

#### Une vocation quantitative

D'après Delisle, pour s'imposer comme objet de recherches et de connaissances, la traduction doit être établie sur des bases durables, notamment des outils de recherche fai-



Jean Delisle

sant autorité. D'où son souci du détail, son insistance à inclure des éléments en apparence très mineurs.

La bibliographie annotée constitue en fait le cœur de l'ouvrage et en définit l'orientation. Pour Delisle, l'inventaire des recherches doit être le plus complet possible : « Or, plus une discipline a besoin d'affirmer son existence, plus les inventaires qu'elle produit ont tendance à se multiplier et à être exhaustifs. Ces inventaires sont alors dits "créateurs", par opposition aux "inventaires-reflets" qui sont plus sélectifs... » (Delisle, p. 246) Ainsi Delisle justifie-t-il l'inclusion dans sa bibliographie de « tout titre (inédit ou non) qui satisfait à notre critère très large de sélection... indépendamment de l'exactitude de son contenu d'information. Nous avons estimé qu'au stade actuel de la recherche en histoire de la traduction au Canada, c'est au chercheur qu'il revient de juger de la valeur de ses sources plutôt qu'au bibliographe ». En plaçant ainsi son

projet clairement dans une perspective de légitimation institutionnelle, Delisle défend parfaitement la vocation « quantitative » de son livre.

#### Pas le comment, mais le pourquoi

La bibliographie analytique et annotée est constituée des livres et articles qui contribuent à une compréhension de l'histoire et de l'existence sociale de la traduction au Canada sur le triple point de vue linguistique, politique et culturel. Ces livres et articles traitent de tous les domaines possibles de la traduction — administrative, biblique, informatisée, juridique, littéraire, multilingue, parlementaire, etc. (avec une exception notable, la traduction automatique, que Delisle exclut), et de tous les aspects professionnels et organisationnels de la traduction (formation des traducteurs, stages, congrès, organisation de services de traduction, terminologie, etc.)

Et pourtant, la bibliographie ne contient aucune référence relative à la manière de traduire. Ces questions sont exclues. C'est que la traduction est ici considérée sous l'angle de son existence dans le monde. Au lieu de scruter le *comment* de la traduction, objet habituel des chercheurs et pédagogues, l'ouvrage pose donc la question du *pourquoi*. La bibliographie est attentive à ce que les non-traducteurs disent de la traduction. Elle permet enfin que l'on commence à penser à l'histoire de la traduction sous l'angle professionnel mais aussi en fonction de questions telles que : comment les textes traduits sont-ils présents au Québec ? comment la traduction est-elle intégrée aux débats culturels et linguistiques ? quelles traces laisse-t-elle et comment marque-t-elle son passage ?

Si la présence et les effets de la traduction sont faciles à repérer dans le monde de l'imprimé où les traductions sont clairement identifiées comme telles, la traduction se révèle aussi dans les choses dites, dans les attitudes et les valeurs. Ses effets ont été perçus au Québec surtout dans leur rapport à l'évolution de la langue. Ils ont été décrits tantôt comme négatifs (les écrits de Pierre Daviault sont éloquentes à cet égard), tantôt comme positifs (c'est le discours qu'on entend le plus souvent aujourd'hui). Les lois linguistiques au Québec et

l'intervention de l'État dans le domaine de la terminologie, notamment, ont eu une influence déterminante sur le discours portant sur la traduction. La bibliographie de Delisle nous donnerait certainement les outils nécessaires à l'examen de ces questions.

#### La parole aux chercheurs

À l'évidence, Jean Delisle a beaucoup réfléchi à l'utilisation qui serait faite de son livre et donc à l'organisation de la bibliographie, très précise, est d'une grande utilité. La bibliographie analytique permet de repérer immédiatement un sujet déterminé. Ainsi, si l'on veut tout savoir

sur l'histoire de la traduction juridique, il suffit de repérer les codes JURI et HIST. De plus, la bibliographie annotée donne une brève description du contenu des écrits dont le titre n'est pas significatif.

L'aspect absolument inédit de la bibliographie de Delisle est l'inclusion d'articles de journaux. Une étude de ces articles devrait permettre de suivre les changements survenus dans la perception de la traduction et de ses effets.

Delisle affirme que, « avec ses quelque quatre mille traducteurs professionnels pour une population de vingt-cinq millions d'habitants, le Canada est un des grands pays de tra-

ducteurs au monde », et que « la traduction de textes pragmatiques imprègne nos institutions et la vie quotidienne de tous les groupes culturels et linguistiques... ». Le but de *La traduction au Canada* est de faire refléter dans le domaine des recherches universitaires cette importance historique et sociale de la traduction. Il ne reste qu'à souhaiter que les chercheurs se servent de la matière riche que Jean Delisle, avec beaucoup de minutie et de science, a mise à leur disposition. ■

Sherry Simon

Département d'études françaises  
Université Concordia

## Apprendre à traduire

Claude Tatilon, *Traduire : Pour une pédagogie de la traduction*, Préface de Georges Mougin, Toronto, Éditions du GRFP, 1987, XIII + 177 p.

Ce n'est pas un manifeste de la didactique de la traduction que nous présente ici Claude Tatilon, comme le laisse sous-entendre le titre de l'ouvrage, mais bien un manuel d'apprentissage destiné aux étudiants en traduction et aux étudiants en langues vivantes. Et, comme le précise et le souhaite son auteur, cet ouvrage ne sera pas sans intérêt pour les traducteurs professionnels.

Dans son manuel, Claude Tatilon entend étudier l'acte de parole de la traduction sous les angles de l'expérience humaine, des structures linguistiques et du style, ce qui correspond aux trois premières parties. La quatrième et dernière partie est consacrée à des considérations méthodologiques qui sont présentées d'abord la notion de pertinence communicative et le principe d'équivalence informationnelle, puis le mécanisme de l'acte de traduction.

Cet ouvrage, de format maniable, présente des qualités didactiques certaines. En effet, chacun des chapitres se compose d'une partie explicative, d'un sommaire, d'exercices d'application et de suggestions de lecture. Les notions essentielles de l'acte de

traduire y sont clairement présentées et l'auteur réussit à faire passer des éléments de linguistique<sup>1</sup> parfois complexes pour les étudiants. Les exemples de traduction utilisés pour étayer les propos théoriques sont nombreux. Comme les lectures suggérées, certains sont faciles, d'autres difficiles. L'absence d'un niveau d'apprentissage clairement défini obligera le lecteur à effectuer un choix parmi ce qui est proposé. On s'étonnera peut-être davantage, dans une perspective didactique, de voir les exemples présentés parfois de l'anglais au français, parfois du français à l'anglais. Les exercices d'application proposés à la fin des chapitres suivent également ce modèle. On peut alors se demander si ce manuel ne répond pas mieux aux besoins des étudiants des langues vivantes que de ceux de traduction, les méthodes usuelles d'enseignement de la traduction professionnelle faisant habituellement une distinction très nette entre la version et le thème. L'auteur aurait-il visé un public trop vaste ?

Enfin, même si Claude Tatilon a presque toujours le souci de définir les termes qu'il emploie, facilitant ainsi la lecture, trop de termes inexpliqués — par exemple, « allocutaire », « acmé », « clause binaire », « déverbalisation » et « oxymoron » — risquent de rebuter



l'étudiant. La présence d'un glossaire à la fin de l'ouvrage aurait été utile.

Mises à part ces quelques restrictions, *Traduire : Pour une pédagogie de la traduction*<sup>2</sup> offre aux lecteurs une matière de réflexion intéressante à un moment où l'on assiste à une volonté de préciser et d'améliorer les pratiques pédagogiques en salle de classe. ■

Monique C. Cormier  
Université Laval

1. Voir, du même auteur, « Précis de la linguistique ou pédagogie de la traduction », dans Michel Béland (éd.), *La traduction de la France et de l'étranger*, Actes, Presses universitaires de Lille, 1984, pp. 57-58.

2. On peut se procurer cet ouvrage à la Librairie Clément de Montréal.

## Traduit du québécois en français

Parmi en 1974 aux éditions La Presse sous le titre *L'enfirouapé*, le premier roman de Yves Beauchemin vient de paraître aux éditions Jean P. Collec sous le titre *L'entourloupé*.

## BD traduites

• De 1930 à 1950, les journaux québécois ont publié 301 bandes dessinées différentes. De ce nombre, 16 sont québécoises, 2 canadiennes-anglaises, 27 françaises et 236 américaines ou anglaises. Cela signifie que 83,5 % des bandes dessinées publiées dans les journaux québécois francophones de 1930 à 1950 étaient des traductions. • (Yves Lacroix, *NBJ*, n° 110-111, 1982)



## Une coquille : essai de définition

« Une poule immense l'acclama à son arrivée » ; « il s'est tiré une balle dans la bête » ; « le ministre de la Défense a augmenté les crédits de la marine » ; « le sucre d'étable » ; « l'arôme des goretts » ; « la chenille ouvrière » ; « quitter les filles de Montréal et de Québec pour aller s'établir sur les femmes fertiles du nord » ; « La coquille, écrit l'humoriste québécois Oscar Masse, c'est le hasard qui badine, l'orthographe en goguette qui titube, l'alphabet, pris de vin, qui bredouille, une lettre qui s'oublie et ne sait pas garder sa place ! » Plus triviale est la définition du Marquis de Bièvre : « La coquille, c'est l'esprit qui fiente. » (Adrien Thério, *L'humour au Canada français*) ■



## De Substantia Traductorum

J'ai toujours su qu'il y avait quelque chose qui clochait dans le métier de traductrice. J'ai d'abord cru que c'était le manque d'exercice ; on a beau soulever des dictionnaires à cœur de jeu ; on peut difficilement accuser la traduction d'être un sport violent ! Puis je me suis dit que c'était la faute à la production : être assise pendant toutes ces heures à pondre des mots, des mots, des mots... Ah ! mes sœurs les poules, comme j'empathise avec vous !

Mais je m'étais trompée. La lumière, voyez-vous, m'est venue d'Occident (de l'occident européen, j'entend) par une soirée de septembre, entre deux traductions, en visite chez Ilda, qui m'a refilé un article, découpé dans le journal, où Maître Mitterand sur la francophonie perchée tient cet horrible langage : « Les pays qui ne veillent pas,

qui ne sont pas sur leurs gardes, perdent vite substance : les voici condamnés au rôle de sous-traitant, de traducteur ou d'interprète. » (*La Presse*, jeudi 3 septembre 1987).

Comment ai-je pu être si aveugle ! Ça m'apprendra, tiens, à écouter Hailé Sélassié et ses histoires de « trait d'union entre les hommes » et autres « carabistouilles » de ce genre (là ! on ne pourra pas m'accuser de ne pas lire **Circuit**). La vérité c'est qu'on n'est qu'une gang de désubstantifiés. Et malheur à ceux qui en plus d'être traducteurs ou interprètes tombent dans le gouffre désubstantifiant et désessencifiant de la sous-traitance ! Oui, mes sœurs, mes frères, nous ne sommes qu'apparence. Pas étonnant que la reconnaissance professionnelle soit si insaisissable ■

Mercedes Viñals Hernández

---

# **John CHANDIOUX**

---

## **experts-conseils inc.**

---

Le premier développeur québécois d'applications linguistiques sur ordinateur :

- Concepteur et propriétaire du fameux système de traduction automatique METEO 2 utilisé par Environnement Canada.
- Premier fournisseur de dictionnaires et de détecteurs de fautes d'orthographe pour le marché francophone.
- Développeur de modules linguistiques pour les grandes maisons d'édition de logiciels et pour distribution directe au Canada et à l'étranger.

Tous nos logiciels sont écrits en langage GramR (MD), un langage de programmation de notre conception.

---

### **Spécialités :**

- Listes de mots
- Détecteurs de fautes d'orthographe
- Détecteurs de fautes de grammaire
- Accentuation automatique
- Didacticiels pour l'enseignement des langues
- Interfaces en langue naturelle
- Systèmes dédiés de traduction automatique
- Recherche et développement

---

Pour de plus amples renseignements :

#### **Développement**

John CHANDIOUX inc.  
30B, rue Ste-Anne  
Ste-Anne-de-Bellevue  
Québec H9X 1L3

#### **Distribution**

EDIT inc.  
Bureau 1005  
1253, avenue McGill College  
Montréal H3B 2Y5

Tél : (514) 871-0053 — Fax : (514) 871-1804 — Télex : 055-60344

---

# La langagerie

## 1988, la nouvelle étape

En 1987, La langagerie a grandi :

- une clientèle élargie
- l'arrivée de nouveaux collaborateurs
- l'ouverture du bureau à Ottawa

La langagerie a évolué :

- une équipe de direction renouvelée
- la création d'un module de recherche en traduction assistée par ordinateur
- une banque de terminologie considérablement enrichie

1988 marque une nouvelle étape dans la vie du Cabinet :

- un suivi clientèle personnalisé et plus complet
- des services linguistiques qui savent répondre à l'évolution des besoins de nos clients
- une structure administrative repensée

Ce qui demeure :

- la compétence et le dynamisme de notre personnel
- notre envergure et notre capacité de travail
- le goût d'innover et de rester à l'avant-garde de notre profession
- notre appartenance à un groupe international de communication implanté dans plus de 40 pays



### La langagerie

1200, avenue du Collège McGill  
6<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec)  
H3B 4G7  
Téléphone : (514) 875-8820  
Télexcopieur : (514) 875-8467

Montréal  
(siège social)  
Winnipeg  
Ottawa  
Toronto  
New York