

Journal des traducteurs Translators' Journal

De quelques servitudes

Victor Barbeau

Volume 1, numéro 3, février 1956

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1056500ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1056500ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0316-3024 (imprimé)

2562-2994 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Barbeau, V. (1956). De quelques servitudes. *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, 1(3), 76–77. <https://doi.org/10.7202/1056500ar>

De quelques servitudes

Victor BARBEAU

Longtemps avant qu'on se soit avisé de leur apprendre leur métier, il y avait des traducteurs. C'est la rançon du bilinguisme. Elle nous a coûté jusqu'ici une fortune en beaux mots sonnants. Que ne nous coûte-t-elle pas, chaque jour encore ! Comme certains textes législatifs, certaines réclames ne se comprennent qu'à la lumière de l'original anglais. D'autres ne sont intelligibles que grâce à l'illustration qui les accompagne. C'est le cas, entre cent, de cette toute récente monstruosité : **"évitex l'ennui des hommes"** dont notre presse a propagé l'impudique équivoque aux quatre coins du pays. Ah ! si seulement nous avions des chansonniers ou des revuistes !

Est-ce bien l'ignorance du français qu'il faut ici blâmer ou est-ce la bêtise tout court ? L'une et l'autre sans le moindre doute. A qui est du métier, il apparaît vite, pourtant, qu'elles ne sont pas seules en cause. Qu'y a-t-il donc d'autre ? La servitude à laquelle sont astreints les traducteurs de suivre, presque de décalquer le texte anglais. Trop souvent, en matière de publicité commerciale, leur travail ne consiste pas à traduire mais bien à reproduire. Plus que le sens, la précision, l'élégance, importent l'équivalence, la symétrie. Dans la devinette qui nous occupe, il est évident que le texte est commandé par l'image, à savoir une voiture en panne que poussent quelques bons samaritains. D'où la légende : **évitex l'ennui des hommes** qui, loin de s'adresser à quelque

jolie fille désireuse de prendre mari s'adresse aux automobilistes en leur recommandant la "gazoline qui protège intégralement".

Qu'auriez-vous fait si on vous avait confié à vous le soin de résoudre ce casse-tête ? Si elle ne se justifie pas, une bourde s'explique. Or, en ce cas, ainsi qu'en une multitude d'autres, l'explication tient toute en l'obligation imposée au traducteur, ou à celui qui se dit tel, de suivre à la lettre non seulement le texte anglais (et Dieu sait de quel anglais, souvent, il s'agit) mais avec autant de rigueur l'agencement, la disposition du texte. A quel prix que ce soit, on veut, on exige un fac-similé. En ce cas particulier, il eût été facile de repenser l'original, de le centrer sur l'idée maîtresse de panne, ou encore de démarquer rapide, instantané, éclair, que sais-je. Y serait-on parvenu dans le même cadre, avec le même nombre de mots ? Tout le problème est là.

J'ai connu jadis un patron qui n'entendait pas que son journal passât pour bien moins informé que les quotidiens anglais que ses amis lui citaient toujours en modèles, au club. Son amour-propre en souffrait et avec raison car en somme n'avait-il pas les mêmes agences de presse que ses prétendus rivaux ? C'est de là que lui vint l'idée de mesurer avec une ficelle, tous les soirs, la longueur des dépêches telles que sa feuille les donnait et telles qu'elles paraissaient en

anglais. Et s'il arrivait, ce qui était presque de règle, que l'anglais l'emportait de quelques lignes ou de quelques mots, il exigeait, en bon intendan, que je lui rendisse des comptes. Qu'avais-je fait des talents qu'on m'avait confiés ?

Des banquiers, des industriels, des agents de change m'ont pareillement soupçonné de gaspillage, sinon de dilapidation. Était-il vraisemblable que la copie ainsi écourtée valût l'original ? Allez donc faire admettre à un homme d'affaires que la pensée ne se mesure pas au nombre de mots qu'il faut pour l'exprimer !

D'où il ressort, me semble-t-il, qu'en plus de connaître les deux langues du pays un traducteur doit être libre

premièrement de repenser la réclame qu'on lui confie (car il ne s'agit ici que de publicité) et, secondement, de la construire en fonction du public particulier auquel on la destine. Chaque pays a sa façon propre de faire l'article. Les grandes maisons américaines n'annoncent pas leurs produits en France comme elles les annoncent au Canada français. Pourquoi cette différence ? Pourquoi, là, respectent-elles les habitudes, les goûts du consommateur et pourquoi, chez nous, n'en tiennent-ils aucun compte ? Quelles qu'en soient les raisons, elles ne me paraissent pas flatteuses pour nous. Chose certaine, elles ne facilitent pas la traduction. Ce n'est pas tout d'en posséder la science, il faudrait aussi que nous puissions en pratiquer l'art.



Université de Montréal — Faculté des Lettres

La **Section de Linguistique** signale à la bienveillante attention de MM. les Traducteurs et Membres de l'ACTD qu'elle ouvre cet été, pour la première fois au Canada, un **COURS DE VACANCES EN LINGUISTIQUE — SUMMER LINGUISTIC INSTITUTE** qui aura lieu du 1er juillet au 13 août 1956. Plusieurs bourses sont offertes.

Les cours porteront sur quatre aspects de la linguistique : linguistique française, linguistique anglaise, **TRADUCTION**, linguistique amérindienne. On peut suivre ces cours soit comme étudiant libre, soit en vue d'obtenir une **Maîtrise ès Arts (M. A. Ling. ou M. A. Trad.)**

●
Pour tous renseignements supplémentaires, s'adresser au

DIRECTEUR DES COURS DE VACANCES

Secrétariat de la Faculté des Lettres

C. P. 6128 — Montréal — Tél : RE. 8-9451, Poste 34