

Journal des traducteurs Translators' Journal

Rubrique et langage III Les Déictiques

Jean-Paul Vinay

Volume 1, Number 4, April 1956

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1056507ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1056507ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0316-3024 (print)

2562-2994 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Vinay, J.-P. (1956). Rubrique et langage III : les Déictiques. *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, 1(4), 91–95. <https://doi.org/10.7202/1056507ar>

Rubrique de langage

Jean-Paul VINAY



LES DÉICTIQUES

Je voudrais évoquer aujourd'hui certains problèmes que posent pour le traducteur des formes grammaticales qu'il est commode de grouper sous l'étiquette de *déictiques*. Le mot "évoquer" est employé à dessein, la question étant très complexe et dépassant de beaucoup le cadre d'un simple article.

Le mot *déictique* est un de ces nombreux termes techniques nouveaux — trop nombreux au gré de certains — dont usent les linguistes modernes pour repenser la structure du français. Il est dérivé du mot grec *deixis*, qui signifie "action de montrer"; on l'emploie en stylistique comparée pour désigner une certaine forme d'actualisation, celle qui relie le mot à un endroit précis du contexte ou de la situation; Bally, qui donne à *déictique* un sens moins général, note avec raison (LGLF 40, 60, 125, 358) que les gestes, par exemple, ont une fonction déictique: "Donnez!". "Asseyez-vous là" seraient des messages incomplets et ambigus, si le geste ou le contexte ne venaient les éclairer. Cette référence à l'objet, implicite ou non, est une fonction déictique en tous points

semblable à celle exercée par l'article défini; par exemple: "Donnez-le-moi" n'a de sens que si l'on sait explicitement de quoi il s'agit.

Pour le lecteur non initié à ce jargon technique, ces phrases n'ont peut-être pas grand sens: aussi me hâterai-je de passer aux exemples. Je tiens seulement à signaler, au départ, que j'emploie le terme *déictique* d'une façon très générale, de façon à couvrir ce que Bally appelle les *marques*, les *actualisateurs* et les *déictiques*. Je considère, en d'autres termes, qu'il y a dans la langue un grand nombre de signes dont la fonction propre est de "montrer" quelque chose; on peut donc opposer ces signes à ceux qui "désignent" une classe d'objets ou d'actions. Soit le mot *maison*: employé sous cette forme, il reste virtuel, suspendu dans le vide, sans aucune référence avec le réel. Mais il devient actuel dès qu'il est précédé de *cette* ou de *ma*. Ces deux mots ont, à des degrés divers, une fonction déictique. Les remarques qui vont suivre essaieront, sur le plan de la traduction, de dégager quelques caractères généraux de certains déictiques français et anglais: *the, this, that, a; le/la/les, ce/cette/ces, ceci/cela*.

J'ai dit ailleurs, et je n'étais pas le premier à le faire, que la stylis-

tique de l'anglais et celle du français sont souvent dans un rapport inversé. Tout se passe comme si le génie anglais avait l'esprit de contradiction par rapport au génie français. On sait¹ que si l'anglais utilise volontiers l'article indéfini *a/an*, nous rendons bien souvent ce dernier par *le/la*: *She has a taste for music* / "Elle a le goût de la musique"; *25 cents a pound* / "25 sous la livre". Il arrive fréquemment que le français n'explique pas le déictique; le malheureux traducteur qui se laisse entraîner par l'anglais commet alors un horrible anglicisme de syntaxe: *His brother is a doctor*, / son frère est médecin; *Montreal, the metropolis of Canada*, / "Montréal, métropole du Canada"; *tuberculosis, a disease which...* / "la tuberculose, maladie qui..."; *he is a Catholic* / "il est catholique", etc. Par contre, dans les cas où l'anglais ne met aucun déictique (concepts abstraits, substances prises en général, noms des sciences et des arts, etc.), le français, lui, en met un: *Men are mortal* / "les hommes sont mortels"; *chemistry* / "la chimie"; *The white man's discovery of oil in America* / "[La] découverte du pétrole américain par les blancs", etc. Ce sont là des notions assez élémentaires, généralement soulignées par les grammaires; j'ai cru bon cependant de les rappeler ici, étant donné la fréquence des erreurs qui se commettent à leur endroit, dans les copies de nos étudiants sans doute, mais aussi, hélas! dans les journaux de France et du Canada.

Une étude attentive des bonnes grammaires, celle de Grevisse par exemple, et la lecture des ouvrages de syntaxe, montrent toutefois qu'il existe de nombreux cas où les problèmes déictiques ne se laissent pas résoudre aussi facilement. En voici quelques-uns.

Soit le cas typique de la phrase commençant par *This is...* Ce tour n'offre aucune difficulté en anglais, aussi s'en sert-on abondamment pour la fonction déictique la plus simple, celle qui relie

visuellement le message à un objet: *this is another Ford truck; this is your receipt; this is the only museum of its kind in Canada; this is an XYZ production*, etc. Si l'on recherche dans Grevisse des exemples de *Ceci est* (§ 809) on trouve bien quelques phrases tirées de Littré, mais qui apparaissent nettement archaïques; il en va de même pour *Ceci sont*; au contraire, *C'est* et *Ce sont* restent très vivaces et ne posent pas de problèmes. La solution *Ceci est* est donc inacceptable: le français dispose, pour cette deixis, du terme *Voici/(voilà)*, qui possède d'ailleurs l'avantage d'aboutir à une phrase nominale: "*Voici un nouveau camion Ford*"; "*Voici votre reçu*"; "*Voici le seul musée de ce genre au Canada*"; "*Voici une production (un film) XYZ*". Mais ces traductions ne rendent pas compte de toute la situation, car la deixis de *Voici* est immédiate: elle suppose que le locuteur voit la chose en question, au moment même où il prend connaissance du message. D'où la distinction, que l'anglais ne fait pas, semble-t-il, entre *This is your receipt* / "*Voici votre reçu*" (phrase parlée, dans le magasin, entre vendeur et client) et *This is your receipt*, phrase imprimée sur une facture qui sert de reçu et que l'on trouve dans une lettre. Le deuxième message est bien moins "déictique" que le premier, c'est en somme une phrase partiellement virtuelle; il n'y a pas d'interlocuteur pour la prononcer et par conséquent, elle prend une valeur générale. Or, le français ne peut donner à *Voici votre...* une valeur générale; la fonction déictique de ces deux mots est trop intense, trop évidente; il lui faudra chercher une abstraction: "*Reçu du client*". Dans ces conditions, nous devons reviser les traductions proposées plus haut: celle du camion a été discutée précédemment²; celle du musée deviendra: "*Le seul musée du genre au Canada*", — phrase nominale encore une fois; quant aux génériques des films, si l'on trouve souvent: "*C'est un film XYZ*", il faut y voir un angli-

cisme! La même phrase au passé "C'était une production XYZ" me semble encore plus suspecte, bien que la langue de la réclame et de la radio nous la serve fréquemment. Au début du cinéma, on voyait tout simplement sur le générique le nom de la firme cinématographique: Pathé, Tobis, etc., sans aucun déictique, ce qui est conforme aux observations faites plus haut relativement à l'apposition en français.

Si, à titre de vérification de notre hypothèse, nous consultons des revues publicitaires américaines, nous relèverons de nombreux exemples de phrases déictiques qui ne sauraient se laisser traduire littéralement en français: par exemple, (TIME du 9/1/1956) deux grandes pages de texte qui n'ont pas, à première vue, un caractère publicitaire, au bas desquelles court le texte suivant: "*These pages are contributed by a group of patriotic citizens, etc.*". Dans le numéro du TIME 2/1/56: "*This is the third article of a series of informative columns on modern air travel*"; NEWSWEEK du 16/1/56, au haut de la page: "*An idea advertisement of Spencer Chemical Co.*". A plusieurs reprises, on trouve des phrases de ce genre: "*This is an advertisement*"; "*This space has been paid for by XXX*"; etc. Tous ces déictiques sembleraient inacceptables en français, où un texte payé par une firme ou un parti politique, apparaissant dans un journal, est présenté par une phrase nominale: *Communiqué*; *Annonce payée*; *Inséré sur demande*, etc.

De ces quelques remarques se dégage déjà une hypothèse: le français ne peut se servir, dans des contextes généraux, de déictiques trop violemment actualisateurs, alors que l'anglais le peut. Cette conclusion est, je crois, correcte dans l'ensemble. Elle rend compte notamment des cas difficilement traduisibles où l'anglais "déicte" davantage que le français: sur une usine américaine, on mettra sur un panneau, illuminé la nuit pour que

l'automobiliste nocturne ne puisse l'ignorer: *This is the Home of the XXX Products*, ou simplement: *The Home of the XXX Products*. Le français est gêné a) par la force trop actuelle du déictique, b) par la valeur particulière de *Home*, qui n'a pas chez nous (sans jeu de mots) la valeur très générale de: "lieu de fabrication, lieu d'origine", etc. Essayons de rechercher en France des exemples équivalents, correspondant à une démarche analogue de la pensée. Il y a, sur la route de Mantes, une immense affiche lumineuse au-dessus des usines Renault, avec l'inscription *Régie Renault*. L'idée n'est venue à personne d'écrire: "Le berceau des 4 chevaux", ou "Lieu de naissance des Frégates"! Par contre, certaines affiches françaises révèlent une autre forme de déixis: "*Agen, SES pruneaux renommés*"; *Vichy, SON casino, SES hôtels, SES thermes*"; "*Porcinet, SA charcuterie incomparable*"; "*CIB, LE stylo de l'élite*"; "*CITELLA, LE spaghetti des gourmets*", etc. Remarquons ici la deuxième série d'exemples: le français semble donner, à l'heure actuelle, un rôle déictique particulier à l'article défini, en dépit de l'opposition des grammairiens. On trouve, sur certains menus, la liste des mets précédés de l'article: *LA dinde aux marrons, LE canard de Brome, LE sorbet maison* (maison étant ici un adjectif déictique, puisqu'en principe on ne peut se procurer de sorbets maison ailleurs que dans cette maison particulière).

Puisque nous abordons le rôle déictique de *Le/La*, citons encore quelques exemples qui montrent clairement l'impossibilité de rendre *This/that* par le démonstratif *ce/cette*. Prenons le cas de *that* introduisant une partie de l'énoncé dont on n'a pas encore parlé; il y a là une impossibilité en français: *ce/cette* nous orientent forcément vers le passé, ou vers un présent immédiat; *Aimez-vous ce livre?* désigne soit un livre dont on vient de parler, soit un livre dont on

n'a pas encore parlé, mais qui est "déictiquement" présent aux yeux de l'interlocuteur. *That* possède, contrairement à son équivalent lexical français, une fonction déictique future. Soit la phrase: "*All that part of the map which is not before our eyes is...*". L'actualisation se fait ici par le rapport entre *that* et *which is*, membre de phrase qui suit le déictique, ce qui ne laisse pas de surprendre le lecteur français. J'appellerais volontiers ce *that* une charnière³, et je propose de le rendre par un article défini: "*Toute la partie de la carte qui n'est pas immédiatement visible, etc.*" Le lecteur sent bien qu'il eût été impossible de traduire: "*Toute cette partie de la carte*". C'est le même souci qui nous obligera à traduire: *This text* par "*Le présent texte*"; *That's the reason why* / "*Voici pourquoi*" (Moins lourd que: "*C'est la raison pour laquelle*", qui sera également possible); *In this country*, / "*en Angleterre, aux Etats-Unis, au Canada*" (suivant le cas); *this government* / "*le gouvernement canadien, américain*", etc., parfois "*Le Canada, les Etats-Unis*"; *this island* / "*Les Iles britanniques; this habit of his*, / "*l'habitude qu'il avait de*". Si nous appliquons cette règle aux titres et manchettes de journaux; nous constaterons que les titres anglais commencent souvent par un morphème déictique du type *THIS...*, *THESE...*, *THE*, alors qu'en français on se dispense le plus souvent de tout actualisateur. Une rapide étude des titres et manchettes du *FIGARO* du 30/3/56 montre la prépondérance des phrases sans actualisateur: "*Trêve pascalle jusqu'à mardi*"; "*Renforts pour l'Algérie*"; "*Prudence sans alarmisme*"; "*Projet de mariage*"; "*Fraude sur le transport des vins*"; etc. L'article indique par contre que le lecteur doit savoir de quoi il s'agit, ce qui est le cas pour les noms de pays: "*L'Inde n'est pas neutre à l'égard des problèmes asiatiques*"; "*Les Parisiens partent nombreux*" (sous-entendu: en vacances); "*Le Tibet accueillerait les*

Américains", etc. Au contraire, toute référence à un fait inconnu doit être introduite par un déictique faible: "*Une jeune Parisienne s'asphyxie au gaz*"; "*De nouveaux panneaux de circulation routière pour l'Europe*". On est d'autant plus surpris de trouver, en page 2, le titre suivant: "*L'astucieux voleur hollandais pillait en Suisse les institutions internationales*". Ce voleur même astucieux, n'est pas encore assez connu pour être présenté comme *l'astucieux voleur*; il fallait dire: "*Un astucieux voleur*". Ce serait autrement reconnaître à *L'* une fonction déictique future, tendance que nous avons considérée plus haut comme contraire au génie du français. C'est sans doute une erreur du rédacteur, ou un anglicisme...

Pour terminer, citons en passant le cas, très délicat pour un traducteur, de *that/those* renvoyant le lecteur à une situation connue, à laquelle il suffit de faire allusion. Comme le français peut fort bien ignorer cette allusion, il faudra l'explicitier dans la traduction. Soit la triste nouvelle de ces gens qui, surpris par une tempête de neige, sont morts pour avoir laissé leur moteur marcher avec les portières fermées. L'annonceur termine en donnant ce conseil: "*Next time you get snowed under in your car, keep those windows open!*". Il faut comprendre l'allusion à la fermeture des fenêtres, et traduire par: "*ne laissez donc pas les glaces de vos portières fermées*" (Exemple fourni par J. Darbelnet). Dans ces conditions, comment tradiriez-vous la phrase suivante, cueillie dans un numéro de février du *STAR*: "*It's so difficult to park when those snow removal signs are up?*"

NOTES :

(0) LGLF désigne l'important ouvrage de Ch. Bally, *Linguistique générale et Linguistique française*. Berne, Francke, 2e éd., 1944.

(1) Voir en particulier H. Vésot et J. Blanchet, *Les traquenards de la version anglaise*. Paris, Hachette, 1922. Il faut noter ici que ces articles anglais ne sont pas vraiment déictiques, d'ailleurs le fran-

gals n'en met aucun: Son frère est médecin est une généralité; son frère est un médecin remarquable est déictique. Cf. Greivasse numéro 336, 40 "Êtes-vous le médecin?", ce qui sous-entend que la personne s'attendait à trouver un médecin de service à cet endroit.

(2) Voir *Journal des Traducteurs*, Vol. 1, No 3, page 61.

(3) J'entends par là une articulation du discours, sur le plan de la phrase ou du paragraphe; des mots comme d'ailleurs, en effet, mais, et, sont des charnières. Du point de vue où nous nous plaçons ici, ces charnières sont déictiques.

* * *

Courrier du lecteur

1. *shallow* (Cf. I. 3, page 85). M. Du-lac nous signale obligeamment que *shallow water* se dit en Gaspésie *maigre d'eau*; l'expression est en effet excellente, et classique (Hatzfeld-Darmesteter, p. 1482; Littré, Larousse, etc.) mais désigne un substantif. On ne dira pas "Ce lac est maigre", pour traduire *This lake is shallow*. Il y a vraiment là une lacune lexicologique. Pour *window shopping*, on entend aussi l'expression, plus pittoresque qu'élégante, *faire du lèche-vitrines*.

2. *Lighter weight means lower shipping charges* (I. 3, p. 63) Cette phrase a tenté plusieurs lecteurs, en particulier M. Philippe Hurteau, qui, dans une lettre pleine de remarques pertinentes, a proposé d'abord des tournures "populaires", conservant le comparatif: "Moins ça pèse, moins ça coûte (cher) à expédier"; "À poids moindre, frais d'expédition moins élevés". Les meilleures formules transposent hardiment par des substantifs dont le sens général implique une comparaison: "L'économie de poids réduit les frais d'expédition" (P.H.); "Légèreté est synonyme

d'économie" (JPV). Dans ce dernier cas, le contexte devra indiquer qu'il s'agit d'une expédition par messageries.

3. *Whisky-William* (I.3, p. 86). M. Fournichot a eu parfaitement raison de signaler une inexactitude quant aux groupes représentant WXYZ en alphabet international d'épellation. J'avais mis au point, en 1948, à la demande de l'OACI, une première liste de 26 groupes, qui fut soumise à de multiples expériences et plusieurs fois modifiée. Dernièrement, on vient de la définir à nouveau, en revenant presque partout à ma liste originale. Certains groupes ont toutefois changé en cours de route, ce qui explique qu'il existe de variantes dans lesquelles on se perd complètement! La province de Québec est représentée dans l'alphabet par le groupe correspondant à la lettre Q; quand à *Whisky* au lieu de *William*, je n'y vois pas d'objection: mais alors je proposerais pour la lettre C *Cognac, Calvados, Champagne* ou *Chartreuse*. Qu'en pensent les pilotes? JPV.

* * *

Nouveaux Collaborateurs

GILLES-R. LEFEBVRE, M.A. en Linguistique, Faculté des Lettres, Université de Montréal; diplômé d'Ethnologie de la Sorbonne; professeur à la Section de Linguistique, Université de Montréal. (Séjour à Jersey: avril 1955).

DOREEN BÉDARD, M.A. en Traduction, Section de Linguistique, Faculté des Lettres, Université de Montréal; traductrice-journaliste.

BLAKE T. HANNA, B.A. (Bowdoin), M.A. (Montreal); Instructor of English, Collège Stanislas; Instructor of Translation, Institute of Translation.

LOUIS-A. BÉLISLE, de Québec, auteur de plusieurs ouvrages documentaires sur le commerce, l'industrie, la vente et les métiers usuels, dont le *Dictionnaire général de la Langue française au Canada* en est rendu à son dixième fascicule.