

## Journal des traducteurs Translators' Journal

**Léonie Villard : Essai de psychologie de la grammaire anglaise  
(Bibliothèque de la Faculté des Lettres de Lyon - Fascicule 1).  
Paris, Société d'Édition « Belles Lettres », 1957. VIII + 102 p.**

J. Darbelnet

---

Volume 8, numéro 2, 2e trimestre 1963

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1061012ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1061012ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0316-3024 (imprimé)

2562-2994 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer ce compte rendu

Darbelnet, J. (1963). Compte rendu de [Léonie Villard : Essai de psychologie de la grammaire anglaise (Bibliothèque de la Faculté des Lettres de Lyon - Fascicule 1). Paris, Société d'Édition « Belles Lettres », 1957. VIII + 102 p.] *Journal des traducteurs / Translators' Journal*, 8(2), 61–63.  
<https://doi.org/10.7202/1061012ar>



## LES OUTILS DU TRADUCTEUR

¶ Léonie Villard : *Essai de psychologie de la grammaire anglaise* (Bibliothèque de la Faculté des Lettres de Lyon — Fascicule 1). Paris, Société d'Édition « Belles Lettres », 1957. VIII + 102 p.

Ce petit livre a paru en 1957, alors que le manuscrit de la *Stylistique comparée du français et de l'anglais* était déjà entre les mains de l'éditeur Marcel Didier. Les deux ouvrages, dont les auteurs ne se connaissaient pas personnellement, ont été conçus séparément. Les similitudes de points de vue n'en sont que plus frappantes. Elles montrent que certaines idées étaient alors dans l'air.

Ainsi la distinction entre le plan du réel et le plan de l'entendement dont les auteurs de la *SCFA* sont redevables à M. Malblanc, affleure plusieurs fois dans ce petit livre, sans toutefois être formulée avec la même netteté. Lorsque M<sup>lle</sup> Villard écrivait que « l'anglais suit la marche de l'action comme le fait le cinéma au ralenti » (p. 15) elle ne se doutait pas qu'à peu près au même moment nous avions décidé, M. Vinay et moi, d'appeler « film de l'action » cette démarche de l'anglais. Si elle n'oppose pas le réel à l'entendement, comme nous le faisons, elle note néanmoins que l'anglais est le « fidèle serviteur du réel » (p. 68), et elle fait cette remarque à propos de ce que nous avons appelé le comparatif indéfini, du type *sooner and later*, opposé à *tôt ou tard*, où elle a raison de voir une des caractéristiques de l'anglais.

De même elle rejoint notre façon de voir lorsqu'elle dit (p. 65-66) que « la tendance fondamentale de l'esprit anglais consiste à accorder dans l'expression une primauté constante à ce qui particularise et individualise. » Ceux qui pratiquent la *Stylistique comparée* savent que *particularisation* est un des mots-clés de cet ouvrage. Ici encore il ne peut s'agir que de rencontre fortuite, mais caractéristique de l'orientation commune à des recherches poursuivies séparément.

\* \* \*

Les exemples que réunit M<sup>lle</sup> Villard dans son petit livre lui servent à vérifier son idée maîtresse, à savoir que la structure de la grammaire anglaise se compose de deux parties : celle des règles et celle de leur substrat psychologique (p. 4). Ce substrat prend différents noms au cours de l'exposé : les éléments psychologiques (p. viii), les démarches psychologiques (p. 3), les valeurs psychologiques (p. 8), les principales tendances psychologiques (p. 35), et, p. 39, « les valeurs ultra-grammaticales particulières à chaque langue ». Cette dernière expression tranche avec les autres variantes, elle renouvelle le point de vue. Le substrat psychologique constitue ce que M<sup>lle</sup> Villard n'hésite pas à appeler le génie de la langue (p. 8), car elle ne refuse pas ce terme que beaucoup de linguistes modernes considèrent comme désuet.

Le rôle du grammairien, tel qu'elle le conçoit, est de dégager le contenu psychologique des règles, ce contenu étant en même temps leur source. Cependant une certaine ambiguïté plane sur plusieurs de ses considérations. On peut admettre que ce qui est intérieur soit en même temps antérieur. Mais une structure comprend-elle à la fois les règles et le substrat psychologique ? Peut-être le mot structure aurait-il besoin d'être défini avec plus de rigueur. De plus, on a l'impression, en lisant M<sup>lle</sup> Villard, qu'il y a presque une contradiction entre les règles formelles et les valeurs psychologiques. Ainsi, p. 16, elle estime que la grammaire formelle compte pour fort peu de chose dans des expressions qui sont à la fois correctes et infiniment évocatrices d'une image, telles que "He kicked the door open." Ici encore on se demande comment il faut comprendre « règles formelles ». Ne résultent-elles pas de la codification du comportement de la langue ? Or, l'anglais, justement, utilise, pour marquer l'effet d'une action, un tour dans lequel le verbe est suivi de son complément direct (objet affecté) et d'un mot qui indique l'effet produit. Ce mot peut être un adverbe (ou postposition) ou un adjectif. De ce point de vue, il n'y a pas de différence fondamentale entre "to kick the door open" (p. 16) et "to blow the trees down" (p. 15) et "to blow the candle out" (p. 59). Si ce tour n'est pas reconnu par la grammaire formelle, c'est une omission qu'il importe de réparer, car il est parfaitement régulier et peut, par conséquent, donner lieu à une règle.

\* \* \*

Il est facile de chercher querelle à un auteur sur des points de doctrine. Mais voici une réserve qui est plus grave, car elle met en cause l'anglais des exemples. On peut s'étonner que, dans un livre écrit par une angliciste à l'usage, vraisemblablement, des étudiants d'anglais, les phrases proposées pour l'étude de la langue anglaise ne soient pas toujours idiomatiques.

S'il est vrai que le relatif employé pour les choses (p. 73) est *which*, il n'en reste pas moins que l'exemple "the door which is on the left", même s'il est authentique (ce qui est concevable), n'est pas aussi idiomatique que "the door on the left". Il eût fallu trouver autre chose. Dans le même ordre d'idées, il est douteux que "the man whom I met yesterday" (p. 72) soit d'un emploi courant. Il est vrai qu'il devient de plus en plus difficile d'illustrer l'emploi de *whom* en anglais moderne. Voici qui est plus grave : "It is long since I saw you" comme variante de "I have not seen you for a long while" (p. 88-89). Il semble que la variante serait plutôt : "It is a long time since", "It has been a long time since..."

A la page 27, on nous explique que la distinction entre le monde extérieur et le monde intérieur se marque dans le vocabulaire et que *hurt* appartient au premier et *ache* au second. Mais on peut dire "I hurt his feelings" et "I was aching all over." La distinction, du moins telle qu'elle nous est présentée, ne paraît pas fondée.

Et que dire de l'affirmation selon laquelle l'usage moderne est en faveur de l'omission de l'article devant les noms de bateau ? C'est vrai dans la marine de guerre (*Skylark* radioed Portsmouth : "Unable to communicate with *Thresher* since 0917." *Life*, April 19, 1963) mais non dans la marine marchande : *the Carmania*, *the Saxonnia*, etc. (voir la *Gazette* du 13 avril).

L'un des points traités dans la *SCFA* est celui du subjectivisme du français en face du caractère phénoménal de l'anglais. On en trouve un écho dans *l'Essai de psychologie* —. Mais, à la p. 22 nous lisons ceci : « Etroitement rat-

taché à la nécessité psychologique de désigner ouvertement le sujet est l'expression : *Somebody is knocking*. Or, il se trouve que l'anglais peut aussi dire : "There's a knock at the door", tandis que le français ne peut se dispenser de mentionner, ne serait-ce que par *on*, celui qui frappe à la porte.

On pourrait donner d'autres exemples d'inexactitude ou d'explications incomplètes.

\* \* \*

Dans l'ensemble ce livre est bien écrit. Il contient de fines remarques et des formules heureuses comme on a pu le voir. Son grand mérite est de montrer l'importance « des principales idées psychologiques qui sont l'armature cachée de la grammaire et de l'expression anglaises » (p. 35). Sans lui reprocher d'être incomplet, puisque ce n'est qu'un essai, on peut regretter que l'auteur n'ait pas apporté plus de soin au choix des exemples, dont l'importance est capitale dans un travail de ce genre. On peut également se demander si une étude psychologique peut s'accommoder de la division traditionnelle en parties du discours. Livre intéressant, un peu décevant, mais qui marque une date dans l'histoire de la grammaire anglaise à l'usage des Français.

J. DARBELNET, Laval



## GLOSSAIRE DES TERMES DE LA PUBLICITÉ

### AVERTISSEMENT

Ce travail n'a d'autre prétention que de donner en français l'équivalent des mots anglais faisant partie du vocabulaire particulier de la publicité.

Comme la publicité moderne s'est surtout développée aux Etats-Unis, il est normal que la langue anglaise soit à l'origine de quantité de mots et d'expressions qui forment en quelque sorte l'argot international de la publicité. Il est également compréhensible que cet argot se soit imposé aux publicitaires du Canada français, qui ont d'abord été des autodidactes souvent plus versés dans la langue anglaise que dans la langue française. Néanmoins, une réforme s'impose. Si l'on a jugé bon de faire campagne en faveur de la francisation des vocabulaires de l'automobile et d'autres métiers, il est nécessaire de réformer l'argot de la publicité. Chaque métier a son argot, que celui du publicitaire soit français au Canada français. Admettant a priori qu'il serait injustifiable d'employer abondamment d'autres mots que ceux qui ont cours en France (ne voulant pas former un argot puisé à un patois), nous avons évité ce qui pourrait être des canadianismes et nous nous sommes refusés, n'étant pas linguistes, à proposer des néologismes que l'avenir condamnerait sans doute.

Ce travail n'est donc qu'une simple nomenclature de mots. Pour être complet, un dictionnaire de la publicité exigerait qu'on s'y consacre entièrement. Une longue pratique de la publicité et l'habitude de noter mots et expressions nous ont cependant permis de faire un recueil qui peut présenter quelque intérêt.