

Colloque

« Terminologie et Communication »

Colloque organisé par la Société des traducteurs du Québec conjointement avec l'Office de la langue française, Montréal, 13, 14 et 15 février 1984.

Allocution-synthèse

par Jean Delisle

Jusqu'ici, les colloques sur la terminologie ont surtout porté sur les aspects méthodologiques (définition de la fiche, repérage et découpage des termes, rapport entre terminologue et spécialiste, etc.) et sur l'établissement d'un corps de doctrine propre à cette nouvelle discipline (les données terminologiques, la définition en terminologie, la néologie, la normalisation, etc.).

Mais voici que, depuis peu, les terminologues se soucient davantage de la diffusion des résultats de leurs recherches. Comment circule la terminologie ? Qui en sont les principaux agents de diffusion ? Quels canaux de propagation suit-elle ? Comment cette terminologie est-elle accueillie par ceux qui doivent l'utiliser ? Facilite-t-elle vraiment la communication ? La rend-elle plus efficace ? Telles sont en gros les questions qui ont été débattues au cours de ces deux jours de colloque.

Je crois pouvoir dire que les réponses apportées à toutes ces questions sont assez encourageantes. Dans leur évaluation de la situation, les conférenciers et les participants ont fait preuve d'un réalisme de bon aloi et d'un optimisme modéré. Il a été plus facile, toutefois, d'identifier les principaux agents de diffusion de la terminologie et de préciser comment celle-ci s'implante dans les milieux de travail que de cerner l'effet d'une terminologie juste et française sur la qualité de la communication. À ce propos, plusieurs participants auraient aimé que l'on s'attarde davantage sur le deuxième volet du colloque, la communication.

« La communication constitue l'influx vital de tout corps social » a indiqué Robert Dubuc qui a ajouté que l'avenir de la terminologie est lié à notre projet collectif de société. En contexte québécois, le terminologue a pour tâche de participer à la vaste opération de francisation des milieux de travail, et c'est

pourquoi une large part de son travail est de nature corrective et normative pour épurer une langue de travail abâtardie par des anglicismes et des impropriétés de toutes sortes. Ce point de vue rejoint tout à fait le message émouvant que nous a laissé Pierre Bourgault lors de la conférence inaugurale de lundi soir : une société qui laisse se dégrader son principal instrument de communication, sa langue, se suicide littéralement, comme cela est arrivé à ce jeune adolescent qui s'est suicidé parce qu'il était incapable de lire et d'écrire comme tout le monde. Son incapacité de communiquer l'a conduit au désespoir, à l'auto-destruction.

S'il est si important de posséder une langue capable d'exprimer aussi bien le concret que l'abstrait et toutes les nuances de la pensée, nous disent encore Pierre Bourgault et Robert Dubuc, c'est parce qu'une collectivité se reconnaît dans sa langue, que la langue est un des principaux moyens dont disposent les Québécois pour affirmer leur identité française.

Les efforts consentis dans le domaine de la diffusion de la terminologie se justifient, en outre, par le fait que l'efficacité de la communication est liée en partie à la justesse de la terminologie employée comme cela a été maintes fois mentionné au cours du colloque. En partie, car, comme l'a rappelé Madeleine Sauvé, la communication orale ou écrite est aussi tributaire de la simplicité d'expression, de la clarté et de la cohésion des pensées formulées.

Se situant sur un plan purement théorique, Rotislav Kocourek nous a donné un aperçu des principaux critères d'efficacité des termes dans la communication, critères qui, appliqués intelligemment en tenant compte des multiples situations de communication, peuvent guider les choix des terminologues professionnels et des agents de normalisation qui ont à proposer certains termes nouveaux, à redresser des terminologies fautives

ou à évaluer la pertinence de termes se faisant concurrence.

À cet égard, M^{me} Boyd Davis nous a donné de saisissants exemples du foisonnement terminologique qui existe aux États-Unis, foisonnement qui donne depuis longtemps des maux de tête aux terminologues québécois à qui revient la tâche de démêler des concepts qui ne sont pas toujours très clairement définis même outre-frontière. C'est que la création terminologique est un des traits culturels de nos voisins du sud. Son exemple de *Laundromat* nous a révélé l'importance de toujours bien cerner un concept avant de lui appliquer une désignation, car les changements survenant sur le plan de la dénomination reflètent souvent (mais pas toujours) une évolution technologique. Le terminologue doit s'habituer à reconnaître les créations lexicales relevant de la fantaisie verbale pure et simple et les termes désignant des notions utiles. Son art est fait de discernement. Ce qui m'a frappé, également, dans l'exposé de M^{me} Davis, c'est qu'en dépit du foisonnement terminologique en apparence anarchique, il y a malgré tout un processus naturel de normalisation spontanée qui joue ; c'est ce qui explique que, vers 1950, on ne parlait plus guère que de *laundries*. Par la suite la « spirale verbale » s'est de nouveau emballée.

Suzanne Bougie-Lauzon (Transport Brazeau) et Pierre Gagnon (Westinghouse) nous ont décrit deux beaux exemples de ce que l'on peut appeler des « opérations de terminologie appliquée ». Leurs témoignages sur l'implantation d'une terminologie ou plus précisément de terminologies françaises exactes dans leurs entreprises respectives me sont apparus très riches en leçons. Parmi les principales, j'ai retenu les suivantes :

1. Il est primordial de clairement identifier les besoins réels des futurs utilisateurs de la terminologie. Les camionneurs de chez Brazeau ont-ils besoin de 200 ou 50 termes

pour exercer convenablement leur métier en français, et lesquels ?

2. Il est possible de nourrir « l'inconscient collectif » des membres d'une entreprise par une multitude de moyens incitatifs : concours, affiches, slogans, prix, etc.

3. Les techniques de motivation ne seront pas forcément les mêmes pour toutes les catégories d'employés. Inviter les ouvriers à avoir la fierté de leur langue n'est pas un argument qui a beaucoup de poids auprès de certaines catégories de travailleurs.

4. Briser la peur du changement et intégrer la nouvelle terminologie *en douceur*. Ne pas sous-estimer l'importance pour les travailleurs de s'identifier à leur « gang », à leur « confrérie » par le langage. Antoni Dandonneau a comparé ce besoin de conformisme qu'éprouvent instinctivement certaines catégories de travailleurs au réflexe des « chiens qui se flairent » : les humains se flairent par le langage. Cette même idée est ressortie dans l'exposé de M. Binette qui a dit que les rembourreurs s'expriment en un français correct ont le sentiment d'être des *outsiders*.

5. Il est souhaitable que la volonté de francisation soit manifestée clairement et fermement par la direction d'une entreprise. L'impulsion et l'exemple doivent venir d'en haut.

6. Il importe de diffuser la terminologie d'abord au moyen des principaux documents écrits de l'entreprise : manuels courants, catalogues, listes de prix, etc. et d'impliquer les gens les plus influents de l'entreprise.

La tâche d'implanter une terminologie française dans nos entreprises fortement anglicisées exige beaucoup de doigté, de tact, et de psychologie. Je ne pense pas avoir personnellement la vocation de Suzanne Bougie-Lauzon ou de Pierre Gagnon car j'ai lamentablement échoué dans ma modeste tentative d'apprendre un seul mot technique au peintre chargé de peindre ma nouvelle maison. Je lui ai demandé mine de rien : « Combien de couches d'apprêt comptez-vous appliquer ? » en ayant soin de bien détacher les syllabes du mot « apprêt ». Le peintre me regarda d'un air découragé et me dit : « On voit bien que vous ne connaissez rien à la peinture. Ce que vous voyez là, c'est du *primer*, et moi, le *primer* je le pose avant, pas après. » Il n'est pas facile de faire franchir à des ouvriers la distance qui sépare « poser du *primer* » et « appliquer un apprêt ». C'est pourtant à cette entreprise gigantesque que collaborent les terminologues québécois. Il faut plus que de la détermination, il faut de la foi, une foi à transporter des montagnes de préjugés, de résistance et d'ignorance.

C'est pourquoi il faut frapper sur plusieurs fronts à la fois et les moyens de diffusion de la terminologie sont apparus très nombreux. Dans un brillant exposé dont l'intérêt était directement proportionnel au débit élocutoire de l'orateur, Charles Dupont s'est attardé

aux publications proprement terminologiques (lexiques, vocabulaires, fiches, etc.). Il en a très bien dégagé les rôles sociaux et linguistiques tant généraux que spécifiques et a analysé les qualités souhaitables de ces diverses publications. Il a remarqué que ces publications n'ont pas encore fait de percée notable hors des cercles de traducteurs et de terminologues (ce qui justifie doublement l'utilité de ce colloque). Pour faire accepter les terminologies produites « en cabinet », on peut avoir recours à toutes sortes de moyens comme, par exemple, chercher à y associer l'Office de la langue française ou encore les principales entreprises concernées en leur vendant de la publicité, expérience intéressante et originale qui semble s'être révélée concluante dans le cas du Dictionnaire de l'hôtellerie.

Outre les publications proprement terminologiques, les textes de loi contribuent aussi à diffuser la terminologie. Selon l'expression d'Antoni Dandonneau qui nous a présenté un exposé très vivant et très imagé, cette diffusion se fait par « cercles concentriques » : commission de terminologie > avocats > professionnels. . . À son avis, l'autorité qui auréole le texte de loi et le fait que les notions qu'on y retrouve forment un tout « construit », cohérent, sont deux facteurs qui rentabilisent l'effort terminologique. L'État toutefois devrait, dans ses domaines de compétence, se soucier davantage de la propagation d'une bonne terminologie juridique. Mais à cet égard, Michel Sparer a apporté de sérieuses réserves en ce qui concerne les définitions des lois qui, pour reprendre ses propres termes, « sèment la dévastation terminologique en tordant le cou aux sens courants des mots ».

Cette observation très pertinente de Michel Sparer peut être généralisée et formulée ainsi : tout moyen de diffusion des terminologies est une arme à deux tranchants. Son efficacité réelle dépend de la qualité de la terminologie véhiculée. Pour améliorer l'efficacité de la communication, il ne suffit pas de diffuser de la terminologie, il faut répandre la *bonne* terminologie.

Le milieu scolaire est apparu un autre moyen d'implantation et de redressement de la terminologie, un moyen de s'attaquer au mal à la source. Mais ici non plus, il ne faut pas verser dans l'angélisme : la tâche est colossale. L'expérience relatée par MM. Côté et Binette est, elle aussi, riche en leçons :

1. Il faut privilégier l'étapisme linguistique car les résistances sont grandes tant du côté des professeurs que des élèves.

2. La terminologie nouvelle doit offrir des avantages et ne pas être perçue comme relevant uniquement d'un code écrit imposé par le milieu scolaire alors que la langue populaire farcie d'impropriétés favorise l'identification au groupe. (« Le milieu nous aspire vers le bas », avait fort judicieusement remarqué Pierre Bourgault dans son allocution inaugurale.) Ces deux niveaux de langue remplissent des fonctions sociales différentes. Il y a là ample matière à réflexion. . . et à colloque.

3. Si le contexte nord-américain ne facilite pas la francisation de certains champs d'activité, la tâche n'est pas impossible grâce à la « trinité » de la rédaction technique formée du professeur spécialisé, du corédacteur et du terminologue. L'expérience menée à l'École québécoise du meuble et du bois de Victoria-ville a prouvé que la chose est possible.

Un quatrième agent important de diffusion de la terminologie est constitué par les producteurs de documents techniques : les cadres supérieurs des grandes entreprises, mais surtout les cadres intermédiaires qui passent jusqu'à 70 % de leur temps à rédiger des textes comme l'a rapporté Hélène Laganière. Celle-ci a observé également que plus l'usage d'une terminologie exacte part de haut, plus son rayonnement est grand et plus son imprégnation est durable.

La publicité est un autre puissant moyen d'imprégnation terminologique dont il ne faut pas sous-estimer les effets (bons ou mauvais). Une bonne publicité n'est pas inconciliable avec l'emploi d'une terminologie de bonne frappe, et les règles de formation des néologismes du langage publicitaire sont sensiblement les mêmes que celles présidant à la formation des termes des langues de spécialité.

Enfin, contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'informatique pourra se révéler (le futur est ici de mise) un allié puissant de diffusion de terminologie quand, bien sûr, il aura appris à parler la langue de Molière. . . L'exposé de Patricia Labrie nous permet d'espérer que l'ordinateur pourra un jour parler français quotidiennement à ses millions d'utilisateurs québécois. Dans cette « opération de francisation parallèle », le terminologue a encore un rôle à jouer, car cette entreprise oblige à réaliser des prouesses d'ingéniosité et de concision pour triompher des contraintes d'espace.

Par ailleurs, tout au long du colloque, les conférenciers et les participants ont lancé certains messages à l'Office de la langue française.

1. Suzanne Bougie-Lauzon demande au

« Saint-Office » de ne pas se contenter de publier des listages de termes dont l'utilité est très limitée pour les « agents 101 », c'est-à-dire pour ceux qui œuvrent auprès des travailleurs à l'usine de la francisation.

2. La formule des Comités d'entreprise lui semble plus fructueuse. Que l'OLF se rapproche des utilisateurs en détachant un plus grand nombre de terminologies auprès des entreprises en voie de francisation.

3. Pour sa part, Charles Dupont demande à l'Office de reconnaître et même de monnayer le travail des terminologues dont la BTQ emmagasine les travaux en vue d'une diffusion gratuite par la suite.

4. On a aussi évoqué les dangers de la normalisation abusive qui va à l'encontre d'habitudes fortement ancrées surtout lorsqu'il s'agit de mots de la langue courante. Si elle s'intensifiait, cette pratique risquerait de faire perdre la crédibilité de tous ceux qui travaillent à la francisation au Québec et accentuerait les résistances au changement linguistique de la population.

Enfin, il y a lieu de signaler une proposition en faveur d'une « terminologie militante ». Julie Desgagné a lancé l'idée de former des « groupes d'intervention » de terminologues qui entreprendraient des démarches auprès d'autorités compétentes en vue de faire accepter l'usage de bonnes terminologies dès la conception d'un projet ou l'étape initiale de la révision de documents importants. Charles Dupont a fait état du succès d'une telle intervention qui a conduit à l'abandon de l'expression « Centre des congrès » au profit de « Palais des congrès ».

En somme, il est ressorti assez clairement de ce colloque riche en idées et en témoignages encourageants qu'il faut toujours tenir compte des utilisateurs de la terminologie car leur rôle dans la diffusion des termes justes est prépondérant. Ce sont eux, en définitive, les principaux « agents 101 ». Benoît Thouin nous a clairement montré que, même dans le domaine de l'informatisation, les futurs usagers des banques de termes doivent être présents lors de l'élaboration des critères d'utilisation de ces instru-

ments importants de francisation. Ce ne sont pas les usagers qui doivent s'adapter aux banques, mais celles-ci qui doivent se modeler sur les besoins de leurs clients. Ces derniers doivent être présents à toutes les phases d'implantation et d'exploitation des banques.

Diane Dontigny a, elle aussi, évoqué cet aspect important. Les rédacteurs de *Québec Science* ont le souci d'utiliser un vocabulaire précis ; tout en combattant l'anglicisme facile, ils évitent, par souci de vulgarisation, de verser dans le jargon scientifique ou trop technique. Maximiser la communication tout en utilisant une langue correcte est leur objectif.

C'était aussi le thème du colloque « Terminologie et Communication ».

Les conférenciers qui ont exercé devant nous leur don de clairvoyance (Pierre Laporte, Robert Dubuc, Raymond Frenette et Jean Marguerat) ont regardé dans leur boule de cristal pour essayer d'entrevoir l'avenir. Ils y ont vu que les travaux de néologie s'intensifieront pour suivre l'évolution rapide de la technologie de pointe, que les recherches thématiques se tasseront au profit de la ponctuelle, que l'implantation des terminologies exigera une collaboration accrue des banques et des divers agents producteurs de terminologies, que les banques se ramifieront et uniront leurs efforts et, enfin, que le succès de toute cette vaste opération de francisation et des efforts consentis en terminologie dépend d'une prise de conscience collective.

Heureusement, aucun des quatre augures n'a vu dans sa boule de cristal que le terminologue est une espèce en voie de disparition. Celui-ci aura donc encore un rôle important à jouer pour améliorer l'efficacité de la communication notamment par la diffusion de bonnes terminologies. La francisation des entreprises au Québec ne peut se faire sans sa participation.