

## Un Américain en colère : « Toutes digues rompues... »

Le professeur R.-J. Berg enseigne la littérature française à l'université de Bowling Green (Ohio). Il a publié aux États-Unis, au Canada et en France des ouvrages écrits directement en français. À la demande de notre administrateur Michel Mourlet, il prépare un livre consacré à la défense de la langue française, dont l'anglicisation l'irrite infiniment plus que la plupart de nos compatriotes. Nous publions ici, en « avant-première », quelques extraits d'un Carnet de lectures qui figureront dans ce livre, sous forme d'encadrés. « Ce sont des hors-texte qui m'ont servi d'exutoire pendant la rédaction », dit Berg, qui espère avoir achevé l'ouvrage en janvier 2011.

### Carnet de lectures • 3 mai 2010

Coup dur : à l'ignoble Talk (Orange–*Le Figaro*), qui dépare depuis quelque temps déjà la une de *mon journal*, ci-devant bastion du bon français, s'est jumelé l'immonde buzz.media (Orange–*Le Figaro*). Et l'on dit que l'argent n'a pas de couleur ! Un vers et demi me remonte à la mémoire : « Car la brise m'apporte / Je ne sais quelle odeur de conscience morte. » De qui est-ce ? Sentir s'éteindre ses derniers scrupules... je me demande si cela fait mal. Je le souhaite au *Figaro*.

Voilà Guillaume d'Orange, alias Tabard, qui présente son invité, « ministre en charge de... » Pouah ! autre chose, et vite. J'atteins sur l'étagère *Le Français, pour qu'il vive* de Gabriel de Broglie et l'ouvre au hasard : « L'anglais, ou plutôt l'anglo-américain, s'est conquis depuis 1945 d'immenses territoires où il domine par irruption dans les langues nationales ou plus radicalement par substitution de l'anglo-saxon à la place de ces langues » — ce qui n'est pas pour me remonter le moral.

Mais voici que point une lueur d'espoir : « Les langues se donnent ou conservent parfois un domaine privilégié », écrit Broglie, et le français garderait des « positions inexpugnables dans la mode et la haute couture, la gastronomie, l'escrime, la vénerie, la chevalerie et les devises, la politesse et enfin le langage amoureux ».

C'est une consolation de savoir que l'on se fera toujours adouber en français, et jamais l'idée ne me viendrait de courre le cerf dans une autre langue. Cependant, j'eusse peut-être souhaité d'autres places fortes au français-*pour-qu'il-vive*. Non pas que je tiennne pour nulles toutes celles-là, dont une au moins — le langage amoureux — me paraît un secteur d'avenir. Mais vérifions un peu ces positions inexpugnables...

À la une de *Elle* je clique sur Mode : « Êtes-vous safari, hippy ou city ? Avec toutes ces tendances qui se contredisent et se complètent, difficile de faire un choix. Vous aimez le look saharienne ou vous êtes plus attirée par le liberty et les espadrilles ? Ou encore préférez-vous le style plus urbain de la city girl ? Encore indécise ? Pour savoir si votre look d'été sera plus safari, hippy ou city, faites ce test. » Affolé, je cherche la rubrique Amour et ne trouve que Love & Sexe...

Ouf ! Tout s'explique ! J'ai dû tomber, je ne sais comment, sur l'édition américaine, non rédigée directement en anglais, mais traduite, et mal. Le traducteur pressé avait laissé quelques mots en français.

### Carnet de lectures • 13 mai 2010

Dans *Combat pour le français* de Claude Hagège, cette mise en garde contre la contamination : « Lorsqu'une langue est envahie par l'emprunt, celui-ci finit par s'étendre au-delà du lexique, c'est-à-dire par envahir aussi le noyau dur de la langue. » Plus loin dans le même ouvrage, il en fournit obligeamment l'illustration, sans pourtant nous avertir que c'en est une : « le suffixe *-ing* de *marketing* réfère explicitement à des agissements concrets », où se combinent dans un seul et même verbe deux calques, l'un sémantique et l'autre syntaxique. Soit dit à la décharge de Hagège qu'il n'est pas le premier linguiste à calquer en français l'anglais *to refer*. Le troisième, peut-être. Le premier, j'y consens, était un ignorant : celui-là a fait une faute, ou plutôt une « faute ». J'imagine le deuxième en pionnier, hésitant devant le choix : « Maladresse ? bourde ? innovation ? Mais où prend-on que la syntaxe du français soit supérieure à l'anglaise ? Et que le sens d'un mot français vaille mieux que celui du mot étranger apparenté ? Toutes les langues ne se valent-elles pas ? Allons-y donc, et hardiment. » Quant au troisième, il ne faisait que suivre l'usage ! Une langue vivante doit évoluer (*bis*).

Mais voici un sujet plus amène qui me détourne de ces réflexions : les domaines où le français a gardé sa prééminence, parmi lesquels Hagège cite « la gastronomie évidemment, avec au premier rang les fromages et les vins, et généralement les arts de la table, ou enfin, de nombreux champs de la production de luxe, dont la parfumerie et la bijouterie ». Sa liste recoupe celle de Broglie, ce qui me rappelle ma tâche de vérification.

Essayons cette fois *Madame Figaro* : un lectorat argenté, plus âgé que celui de *Elle*, plus cultivé surtout, et qui donnera raison à Broglie.

J'essaie d'y accéder via la une du *Figaro* et ne trouve d'abord que « more.madame, hors-série digital ». Encore une édition américaine ? bilingue ? un exercice oulipien où doivent s'employer à parts égales l'anglais et le français, disposés en chiasme : a-f-f-a ? À moins que... non, impossible : *Madame Figaro* n'est pas *Biba*, et la rédaction sait traduire *digital* en français. Il s'agirait donc d'une espèce de snobisme au deuxième degré : en feignant d'ignorer le mot *numérique* la rédaction « s'avoue » impregnée d'anglo-américain jusqu'à en perdre sa langue, oubli qui l'honore, bien entendu, et qui la montre affranchie du vieux préjugé selon lequel il faut choisir une langue avant de s'exprimer. La lectrice, pour sa part, ravie de comprendre ces mots étrangers, sensible en outre à leur charme incantatoire — ah ! l'exquise allitération de ce *more madame* —, se donne l'illusion d'appartenir au monde où ces vocables coulent tout naturellement de la bouche des natifs. Elle croit les coudoyer, ces êtres bienheureux : elle s'imagine les connaître. Comment ne pas songer à l'Emma Bovary d'après le bal : « Elle aurait voulu savoir leurs existences, y pénétrer, s'y confondre... » ? Ou bien à *Invita*... suffit !

Il faut aussi faire la part de la franche bêtise.

### Carnet de lectures • 14 mai 2010

J'avais oublié ma destination : me voici enfin au site de *Madame Figaro*. Voyons... Gastronomie... ah, Cuisine. Essayons « Les nouveaux codes du pique-nique chic » : « Tarte ou cake salé ? Assiettes recyclables ou recyclées ? Smoothie ou not smoothie ? Autant de questions essentielles lorsqu'il s'agit de remplir le panier. Pour ne pas faire de gaffe, suivez nos *do and don't* et retrouvez tous les indispensables du pique-nique 2010. » Ce n'est pas mal : le français y prédomine à 83 %. Toutefois, dans la suite je

trouve *vintage* (au sens anglais), *must* et *hit* (du moyen français) et ceci, que je certifie authentique : *snackez iodé*.

Sans doute l'échantillon n'est-il pas représentatif. Qu'en est-il des autres positions inexpugnables ? À la rubrique Mode, ceci : « La mode en guest star. Nouvel épisode de la saga fashion : les créateurs puisent leur inspiration devant leur télévision. *Mad Men* ou *Gossip Girl* ont pris le relais de *Sex and the City*. » Voilà pour le chapeau. Dans le corps de l'article, « les fashion critiques sont unanimes : la *Mad Men's* touch est dans la place. Il n'y a qu'à se retourner sur les derniers shows Prada et Louis Vuitton pour être convaincus du phénomène : sur le catwalk, des silhouettes à la taille ceinturée. Une signature définitivement soixante, pour des total looks à la Betty Draper... »

On plaisante, n'est-ce pas ? Eh non, hélas. Qui pis est, cette glossolalie ne manquerait pas de défenseurs : « Comment parler autrement qu'en américain d'un phénomène américain ? » *Parler en américain* au sens large, bien entendu, comme ici, où non seulement on pille la syntaxe et le lexique américains, mais on glisse le sens d'un mot américain (*definitely*) sous la peau d'un mot français (*définitivement*). Procédé qui, généralisé, mènerait loin : *sauver* du temps, *disposer* de déchets, *questionner* des *assumptions*, étude *biaisée*, mesure *drastique*... Ici on objecte rituellement, exemples à l'appui, que la faute d'hier est l'usage d'aujourd'hui : *réaliser* que, une bonne *opportunité*, d'autres *alternatives*, etc. Cet objecteur ne dit, à l'évidence, que la moitié de sa pensée. En voici le reste : *L'anglais d'aujourd'hui, c'est le français de demain*.

### Carnet de lectures • 24 mai 2010

Madame de Sévigné, selon Voltaire : « la première personne de son siècle pour conter des bagatelles avec grâce ». Ce qui fait qu'on la lit avec plaisir. Et si rien ne venait racheter la futilité du fond ? Si, encore pire...

Mais qu'étais-je venu faire dans cette sentine ?... Ah, oui : les « positions inexpugnables » du français. Peine perdue. Comment dès lors donner un sens à la corvée ? Je pense au mantra des vision-du-mondistes et à ce qu'ils ne manquent jamais d'ajouter en corollaire : l'impossibilité de traduire certaines expressions consubstantielles à la culture qu'elles expriment. Étudions le principe à l'œuvre dans *Madame Figaro*. Il suffit de cliquer au hasard dans la masse ; au bout d'une minute, je reviens avec la cueillette que voici.

- « Make-up : quoi de neuf cet été ? » Le maquillage, comme la femme elle-même, remonte à la plus haute antiquité. Rien à voir, évidemment, avec le make-up des belles Américaines.
- « Best of accessoires : nos "it" de la saison » : Peu importe que la moitié de la liste soit d'origine et de conception françaises. Si une chose figure dans un *best of*, c'est qu'elle est tendance comme doit l'être notre langage quand nous en parlons. Idem pour *it* (à ne pas confondre avec *hit*), employé ici d'une façon qui n'a rien à voir avec l'anglais, ce qui montre utilement qu'il s'agit de provenance et de résonance, nullement de sens.
- Un article intitulé « Very very people » où il s'agit de stars qui doivent choisir leur camp (cool, bankable, etc.). Que l'on puisse être *people*, et l'être au plus haut point, ailleurs qu'en Amérique, cela va de soi. De l'être *autrement qu'en américain* il n'est

pas question : la notion ne se désigne convenablement que dans l'idiome de la culture d'origine. Il en va ainsi de cette « wedding planner » qui « nous livre ses secrets pour un mariage réussi » (il s'agit de la cérémonie et non de l'état qui en résulte). Bien que la femme soit française et qu'elle travaille en France, son métier est une importation comme le sera forcément l'appellation. Principe : l'« Américain way of life » ne s'exprime qu'en américain.

- « Le grand mix & match de la déco » où il s'agit, croirait-on d'après le titre, d'un éclectisme décoratif. Erreur ! Certes, il est question de « réinventer sa maison en misant sur le mélange des styles », mais ce ne peut être là qu'une première approximation inapte à rendre l'irréductible américanité du phénomène. L'élégant et compendieux *mix & match* nous épargne une longue périphrase.
- Le titre d'une Enquête dans la rubrique Société (on voit que c'est sérieux) demande : « C'est quoi le mentoring ? » Bonne question, et bien posée, à laquelle on ne saurait répondre qu'en recourant encore une fois à la langue prêteuse : « une technique de parrainage qui booste les carrières ». *To boost* (quelqu'un dans sa carrière) : notion intraduisible, le français ne disposant que de quelques verbes de sens voisin (*aider, appuyer, épauler, parrainer, patronner, pistonner, pousser, soutenir...*).
- Dans une rubrique curieusement intitulée *Culture* : « Les tops et les flops de la rentrée ». Les succès et les échecs, certes — en quelque sorte. S'en tenir là, ce serait tout ignorer de la puissance évocatrice des mots, de leur magie connotative, des sèmes secondaires qui en disent si long. Et lorsqu'en outre il s'agit de mots américains...

J'avoue achopper un peu sur « Fleur des fifties : Attention, collector » (rubrique Déco, section Tentations). Qu'après les néfastes Forties la France eût pu refouler, voire sauter la décennie suivante, la privant ainsi d'une appellation en français, la chose se conçoit. Toutefois je ne suis pas sûr d'avoir saisi la nuance qu'il doit y avoir entre *collector* et *collectionneur*. Je constate d'ailleurs qu'il s'agit d'une architecte-styliste française et de ses meubles conçus et commercialisés en France. Peut-être l'inspiration était-elle venue d'outre-Atlantique... Je ne sais pas. Le scepticisme commence à me gagner.

Chose curieuse : le menu déroulant de chaque rubrique propose une section de « News », ce qui ne laisse pas de surprendre. La vieille langue française serait-elle passéiste au point de manquer d'un mot pour dire la chose ? Il est vrai que nombre de ces pages concernent les États-Unis, mais qu'importe ? Un Français normalement constitué ne s'avise pas d'appeler 释义 sa brosse à dents lorsqu'il lit sur l'emballage qu'elle a été fabriquée en Chine, ni *sportwagen* sa voiture de sport, fût-elle une Mercedes. Le propre d'une grande langue de civilisation, c'est de trouver dans son propre lexique de quoi nommer la plupart des choses venues d'ailleurs. Il arrive certes qu'une innovation technique ou théorique tarde à se faire naturaliser dans la langue d'accueil : témoin *software* qui mit dix ans à devenir *logiciel*, et le Big Bang, qui attend toujours. Ou bien la notion de *beach bag*, exemple que me suggère la section « News » de la rubrique Mode où une page intitulée, justement, « Beach Bag » présente la photo d'une sorte de cabas de plage, accompagnée du texte que voici : « Relier mythe et signes extérieurs de griffe est souvent un défi. Nicolas Ghesquière vient de le relever pour Balenciaga, avec ce panier en raphia qui associe subtilement le sportswear d'un cabas de plage aux motifs en cuir du sac First de la maison. » Panier ? Cabas ? Au reste, Ghesquière est français, et Balenciaga appartient à Gucci qui appartient à PPR, société française. Alors ce « beach bag »...

J'oubliais de citer la dernière phrase : « Un snobisme à s'offrir à partir de 545 € », où je trouve, à peu de chose près, le fin mot de l'affaire. *Un snobisme à s'offrir au prix de sa langue.*

Au prix de son âme ? N'exagérons rien. Honnêtement, que pourrait-il rester de leur âme à celles qui goûtent ces ignominies.

### **Carnet de lectures • 28 mai 2010**

Ces lectures m'en rappelant une autre, je rouvre *Parlez-vous franglais ?* d'Étiemble. N'avait-il pas dit quelque part... ? Voilà : « Mais le pompon, il appartient à la presse féminine » — déjà en 1964 ! Il cite *Madame Express*, destiné, dit-il, à « la bourgeoisie émancipée », tout comme l'est aujourd'hui *Madame Figaro*.

Un demi-siècle plus tard, rien n'a-t-il donc changé ? Si, absolument : aujourd'hui c'est cinq fois, dix fois pire. Le franglais qui horripilait Étiemble, lexical en majeure partie et relativement discret, s'est transformé en schizoglossie lexico-sémantico-syntaxique. En cela il n'a fait que suivre l'évolution de la société, les lectrices émancipées ayant ajouté à la liste de leurs anciennes servitudes celles de la langue française. Du moins est-ce visiblement l'avis de la rédaction.

De là cette autre différence entre les deux périodiques, si l'on peut en croire Christiane Collange, directrice de *Madame Express* en 1964, se remémorant cette époque dans une interview récente : « On ne prenait pas les femmes pour des gourdes. »