

c) Music. The questions on contemporary songs and singers proved to be more difficult than anticipated. Each team was played two songs on tape and asked to guess the singer and the title of the song. Surprisingly, they didn't easily recognise the voices of the Beatles (Happiness is a Warm Gun), Joan Baez (Mary Hamilton) or Bob Dylan (Visions of Joanna / All Along the Watchtower).

d) Geography. The questions in this section were rather like the history questions in form: a paragraph of information followed by a question. The questions were about American geography.

In 1867, the USA bought Alaska and the Aleutian islands. From whom did they buy them?

Answer : Russia.

What percentage of the American population is of Slav origin?

Answer: 10%

What is the name of the American University on the outskirts of Boston?

Answer: Harvard.

e) The literature questions were not so much literary (difficult to ask for literary opinion in a quiz) as much as semantic puzzles. The teams were given (twice orally) the names of twelve British and American writers. Then the teams were offered definitions which they had to match with one of the given writer's names.

A well-known make of English car?

Answer: Jane AUSTEN.

What do some of us have in our heads?

Answer: John BRAINE.

Another word for two?

Answer: Mark TWAIN.

f) Pictures. For the final section of the quiz, each team were shown in turn, pictures of famous American and British national monuments — and for two points had to state what they were: Trafalgar Square, Piccadilly Circus, The Tower of London, The Houses of Parliament, The Lincoln Memorial, The Supreme Court, The United Nations Building.

Annie Govys-Tonković

LE FRANGLAIS

Le français et l'anglais, pendant longtemps, ont été deux langues importantes du monde occidental. Chacune était prépondérante dans son domaine: l'anglais, disait-on, était la langue du commerce, le français, celle de la diplomatie. Maintenant, l'anglais est presque devenu la langue de communication universelle, aux dépens du français.

C'est pourquoi, depuis ces dernières années, une partie de l'opinion publique française est en alerte contre cette expansion de l'anglais, et surtout contre le »franglais«, c'est-à-dire l'insertion inconsidérée d'expressions et de mots anglais dans la langue française et leur utilisation souvent impropre.

Une polémique s'élève, assez violente. Certains, comme Etienne par exemple, qualifient le franglais de »saber«, et s'y opposent farouchement. D'autres pensent que tout nouvel apport susceptible de renouveler et d'en-

richir notre langue est bienvenu. Nous nous retrouvons donc en quelque sorte à l'époque de Du Bellay et de la »Defense et Illustration de la Langue Française«. C'est d'ailleurs le titre choisi pour la liste dressée par la commission chargée de décider des mots adoptés dans le »cadre de l'enrichissement de la langue française« et parue au *Journal Officiel* du 18 janvier 1973.

Cette crise que connaît la langue française actuellement, Etienne nous en parle longuement dans son livre *Parlez-vous Français?* Cet ouvrage, bien qu'édition en 1964, est toujours actuel, et veut nous montrer à quel point »la langue hier encore universelle de l'homme blanc cultivé est contaminée par le »saber atlantique«. Bien sûr, conçoit-il, »l'anglicisation de notre langue ne date point d'hier et dès le dix-huitième siècle, nous eûmes nos anglophones«. Mais depuis vingt ans, cette anglophobie à son avis a dépassé les bornes. Ce livre a presque dix ans, et les choses ont linguistiquement peu changé, probablement ont-elles même empiré. Etienne pose la question: »Pourquoi parlons-nous français?«. »Tout le monde est coupable, dit-il: la presse et les Marie Chantal, la radio, et l'armée le gouvernement et la publicité, la grande politique et les intérêts les plus vils«.

Ce phénomène a des racines peut-être historiques qui sont maintenant devenues économiques, bien souvent. Dans la quatrième partie de son ouvrage intitulée »Pourquoi sabirons-nous atlantique?«, il veut nous démontrer que maintenant nous ne sommes plus tellement influencés par l'anglais, mais véritablement contaminés par une américanisation excessive-surtout sur le plan économique. Il va même jusqu'à citer un article paru dans le *Figaro* du 2 mai 1962 de M. Léon Gingembre: »On risque très rapidement, si on n'y prend garde, et s'il n'y est mis bon ordre, d'aboutir à une véritable colonisation de notre commerce puis de notre économie par les puissances financières internationales. »Etienne ajoute aussi: »grossier que je suis, je préciserai qu'il s'agit du dollar, et que, pour gagner tout-à-fait sa partie, il faut que dollar tue notre langue. Aussi longtemps que les Français parleront encore français et penseront selon Montaigne et Diderot, on ne pourra plus facilement leur faire avaler comme autant de grives toutes les couleuvres de l'American way of life.«¹

La situation politique et économique française a bien changé depuis 1964. Il serait préférable de dire qu'elle a évolué, car le français existe toujours et se développe de plus en plus.

Il ressort de la lecture de ce livre qu'Etienne est assez partial, et qu'il a peut-être tendance à exagérer la situation. Il est assez difficile d'être objectif. Il faut reconnaître que l'anglais jouit actuellement d'une grande popularité en France. Mais cette popularité n'est-elle que passagère, ou a-t-elle des raisons de durer et de s'imposer plus profondément dans notre langue et dans nos moeurs?

Si l'on se place d'un point de vue linguistique, il faut reconnaître que le français a, dans certains domaines, un registre moins ample et moins varié que l'anglais. Sur le plan structural et morphologique, l'anglais est beaucoup plus apte que le français à rendre de »la façon concise et percutante que notre époque affectionne les aspects de la réalité.« Note M. Darbelnet, professeur à l'Université Laval au Québec. Si le mot anglais ou l'expression anglaise s'impose, même en dehors des pays de langue anglaise, c'est que bien souvent les Français lui trouvent trop tard une traduction, permettant ainsi à l'anglicisme

¹ Etienne, *Parlez-vous français?* Collection Idées, Gallimard, Paris 1964, p. 239.

de s'installer solidement. Nous avons cité un peu auparavant, par l'intermédiaire d'Étiemble, les domaines touchés par cette «épidémie».

Il serait ici beaucoup trop long de faire une analyse grammaticale approfondie du français, mais nous pouvons noter au passage que les substantifs anglais sont parfois employés tels quels dans la langue française. Cela cause des difficultés de prononciation, toujours très mal résolues; cela provoque aussi des controverses quant à leur pluriel, à leur genre etc... sans oublier leur orthographe parfois fantaisiste, parfois exacte (les Français ont toujours aimé l'orthographe). Ces substantifs peuvent se franciser. On peut aussi angliciser un nom français en lui ajoutant un suffixe ou un préfixe. On rencontre également des mots français juxtaposés, gémellés d'une façon qui n'a rien de français. Les adjectifs anglicisent leurs terminaisons, et se placent parfois avant le nom, quand, manifestement, ils devraient être placés après le nom. On utilise des adverbes et des verbes directement traduits de l'anglais, sans parler des onomatopées diverses, venant en droite ligne des bandes dessinées américaines. Les mots français sont groupés en structures «percutantes» gonflées de superlatifs qui n'ont absolument rien de français.

Cette manie se rencontre surtout en publicité, qui nous vient en droite ligne des USA. Ici regorgent les «slogans-choc» les formules toutes faites, telles que «Génie (ou Ariel) lave plus blanc», «l'huile Lesieur trois fois meilleure», «La pile Wonder ne s'use que si l'on s'en sert», «Portez le bas-miracle Supp'hose», «Lisez le dernier best-seller de la saison», ou encore «Le monde entier dit YES à Benson & Hedges au paquet or, irrésistiblement or!».

Les Français, bien souvent, ne vont plus au restaurant ou au café mais à la cafétéria, au self (c'est-à-dire au self service), au drugstore. Là, ils y admirent les derniers gadgets, puis vont au snack, appellent le barman ou la barmaid, et commandent des hot-dogs (au pluriel indéfini), ou un hamburger, du ketchup (sauce tomate), un ice-cream, et comme apéritif un Johnnie Walker black ou red label, un martini «on the rocks», ou dry, un gin-fizz et mettent un franc dans la fente du juke-box, pour écouter la dernière chanson, non, le dernier tube du hit-parade. La gastronomie française, célèbre à juste titre, se sentira peut-être «vexée» en entendant nos Français commander, toujours au barman, un steak, diminutif de beafsteack ou beafsteck ou bifteck, avec des chips, repas «typiquement» français. S'ils sont pressés, ils mangent un sandwich, car il est absolument démodé de dire un casse-croûte.

Le soir, ils vont au night-club, au dancing, à la rigueur dans les «boîtes», les romantiques dansent des slows très propices au flirt, les autres plus «up to date» (ou «in the wind»), dansent le jerk, (un certain moment, le twist fut à la mode, puis le madison fit rage), mais de toutes façons le rock'n'roll n'a jamais été détrôné, et a toujours eu ses fans. Ceux qui n'aiment pas la danse vont au bowling (on ne joue plus aux quilles). Dans tous les bars, on peut faire une partie de flippers ou de baby-foot. Les sportifs, eux-aussi, affectionnent les anglicismes. A vrai dire, ils n'ont pas le choix, car ils n'ont à leur disposition que des termes anglais. On fait du volley ball, du basket ball, du rugby. Au football, on shoote, on tire un corner, il y a penalty. On joue dans une équipe junior ou senior. On peut se faire disqualifier ou éliminer d'une compétition pour doping ou forcing. Lors du Tour de France cycliste, tout le monde attend avec impatience le sprint final.

Chaque année se développe de plus en plus un sport qui a pourtant un nom bien français: la plaisance. En bien, un plaisancier dira le plus souvent qu'il fait du yachting, que c'est son hobby favori. Quand on n'aime pas ce sport, on

peut se relaxer pendant les vacances en partant faire du camping ou du caravanning. On va de plus en plus souvent en voyage organisé, en charter. Bien sûr, on n'y bénéficie pas d'hôtesse de l'air ni de steward, mais c'est plus économique pour les passagers, et plus rentable pour la compagnie. Quel français ne rêve d'avoir un appartement grand standing, avec air conditionné? Si cela ne lui est pas possible, il se contentera d'un appartement en H.L.M. (Habitations à Loyers Modérés) avec kitchenette, qu'il équipera de façon moderne. Il achètera à sa femme un grill »automatic«, un mixer, un moulinex, un frigo. Il s'offrira un rocking-chair qu'il mettra sur la »loggia« (il n'est absolument plus question de parler de balcon. Peut-être un jour parlera-t-on du problème de l'italiano-français?)

Dans ces nouveaux quartiers de Paris, on ne perd plus de temps à aller de l'épicerie à la boucherie, on va au super-marché. On y fait son shopping de la semaine et du week-end. Pas de problème pour la voiture, pour l'austini-mini de madame ou de mademoiselle: des parkings sont prévus même s'ils se révèlent trop petits au bout de trois mois.) Parfois, d'aucuns vont même jusqu'à dire qu'ils portent leur linge à laver à la »laundrette« (laverie automatique), mais presque tout le monde va à la teinturerie-pressing (ou au pressing). Et la mode?! On ne porte plus de chandail ni de veste, mais un pull-over, un sweater, un cardigan, un twin-set, un T(ee)-shirt. On porte des jeans ou blue-jeans, et en été, un »short anglais« genre de bermuda. Les hommes portent des duffle-coats, des trench coats, des blazers, des polos, et le soir, pour aller au théâtre et peut-être souper au Fouquet's un smoking »smart«. Les femmes se mettent du make-up, de l'eye-shadow, de l'eye-liner, achètent du rouge à lèvres en stick et non plus en bâton, du spray déodorant; elles vont chez le coiffeur se faire faire un shampooing et un modeling; les teenagers »luttent contre l'acné« avec une nouvelle méthode américaine, le peeling.

A la télé, la dernière starlette de la saison se fait interviewer par un speaker qui doit interrompre cette émission pour communiquer un flash. Les journalistes font du rewriting, les businessmen font du marketing. Les cinéastes et les cameramen pratiquent la technique du zoom ou du travelling, assistés entre autre d'une script-girl. Plus un homme ne se rase sans utiliser de lotion pré-shave et after-shave, »contre le feu du rasoir«, il utilisera le désodorant Old Spice et les femmes le savon Roger Gallet, »le savon de la Reine d'Angleterre!«

Les soldats conduisent des jeeps, portent des »battle dress« et non des treillis, les teenagers vont en boum ou en surprise-partie et mâchent du chewing-gum. Pour se chauffer, on utilise du coke, c'est-à-dire du charbon, ou du mazout, ou encore du fuel. Les adverbes »spécialement«, »typiquement«, »particulièrement«, se rencontrent très souvent, sans parer du mot »problème!»: un enfant-problème handicapé par de nombreux complexes, une femme-problème, etc. ... Au super marché, on achète des tapis gerflex, des tampons jex, des éponges spontex, des plats en pyrex...

Peut-être exagère-t-on un peu l'ampleur du franglais, qui, dans une certaine mesure, n'est vraiment employé que par une certaine classe sociale, ou par des techniciens dans leur travail.

Mais, en lisant cette liste du *Journal Officiel* du 18 janvier 1973, on s'aperçoit qu'un bon nombre de mots se sont intégrés dans la langue française (ainsi le mot »derrick« pour tour de forage, ou »leader« pour chef politique), et que d'autres continueront de s'imposer à l'avenir.