

L'ANGLICISME ET LES MARCHANDS

Notre langue française s'anglicise. Tel est le cri d'alarme jeté par ceux qui ont le culte du parler de nos ancêtres et qui veulent, en dépit d'une promiscuité anglaise constante, en conserver la pureté de la forme. Parmi ceux qui ont entrepris résolument de lutter contre ce courant qui nous entraîne et travestit nos pensées en dénaturant nos expressions, il faut mettre au tout premier rang M. l'abbé Etienne Blanchard, dont les ouvrages sur le sujet ont eu, en librairie, un succès inconnu jusqu'ici à un auteur canadien-français. C'est que nos compatriotes ont compris qu'il est grandement temps d'opposer la digue de notre volonté au flot montant de l'anglicisme qui finirait par submerger et engloutir à jamais notre beau langage français au Canada, si on ne lui faisait une lutte courtoise, mais acharnée.

M. l'abbé Etienne Blanchard estime que de toutes les classes de la société, celle qui est la plus gangrenée par l'anglicisme, c'est la classe commerciale. Les hommes d'affaires sont les plus dangereux anglicisateurs qui existent, car eux, ce n'est pas par oubli, par inconscience, par laisser-aller qu'ils bariolent bizarrement leur conversation journalière de mots anglais, mais par une profonde et indéracinable conviction. L'anglais, c'est la langue du commerce, bon ! personne ne leur fera sortir ça de la tête !

Ils sont convaincus qu'un marchand qui tiendrait au français dans son commerce, serait immédiatement voué, sa vie durant, à demeurer vendeur de bonbons et de pain d'épice, et que jamais il ne monterait au sommet où se pavanent les marchands de gros. Par un sot et imprudent snobisme, ils vendent aussi facilement leur langue qu'ils brocantent leur poivre, leur sel, ou une verge d'indienne. Nous ne saurions trop gémir sur nos malheureux compatriotes qui sacrifient aussi brutalement leur langue sur l'autel du dieu Dollar.

Entrez dans cette épicerie dont vous avez vu la veille, dans le journal local, la barnumesque annonce. La clientèle est exclusivement française; pas un seul des clients qui ne comprenne le français. Pourquoi donc s'étale au-dessus de la porte, en lettres bizarres, cette étrange enseigne: "J. Grosjean, Grocer"? Sur les entêtes de lettres et de factures, sur le coin des enveloppes, toujours le même nom qui tire l'oeil et fait frémir la chair comme le grincement d'une lime sur une mauvaise scie. Ecoutez-le vous offrir sa marchandise: "Il a du bon **"cannage"** (conserves) à vous vendre, du lard **"canné"**, des **beans cannés**" (en conserves), des **"tomatoes en can"**, du **"corned beef en can"** (en boîte); puisque toutes ces marchandises sont boîtées et ont besoin de cannes, pourquoi ne pas dire aussi: du porc frais en béquilles? Tout cela vous est offert **"cheap"** (bon marché) pour du **"cash"** (comptant) et M. le Grossier—pardon, le Grocer—s'engage à vous faire **"délivrer"** cela à domicile **at any time**.

Il a aussi du bon **catsup**, (sauce aux tomates), de la **ball-au-nez** (Bologna, saucisse de Bologne ou mortadelle) du **ham**, (jambon), etc. Achetez, achetez, bon marché, **cheap**, ne vous gênez pas. Pas besoin d'autre chose? **Here is the bill!** (note, mémoire, facture).

Le Parisien qui entendrait un pareil langage se demanderait avec raison s'il a affaire à un Patagon ou à un Sioux, et se rappellerait forcément la Tour de Babel ou confusion des langues.

Il ne vous laissera pas partir sans vous inviter à lui **"payer"** une visite. Si vous ne pouvez pas venir, il pourra **"call-er"** chez vous.

"Any how", vous pouvez toujours l'appeler par le **"phone"**... Son **nombre** (number, numéro), lui, c'est **"seven-two"**. **Good bye!**

Résistez à la tentation qui vous torture de répondre: **"Go to... avec ton langage de Papou!"** et passez chez son voisin, le marchand de nouveautés.

N'allez pas l'appeler un marchand de nouveautés, celui-là, car il n'y comprendra rien. Voyez son annonce: **Marchandises sèches** (dry goods), comme si celles de son voisin étaient humides ou mouillées. Que désirez-vous? Un **suit** (complet)? En voici un **fine** (superbe)! Le **coat** (veston) est de première **classe** (class, qualité). Pour un **ten**, apportez-le.

Désirez-vous des **boots** (chaussures) avec des **rubber-heels**? En voici de belles en cuir **patent** (verni), toujours claires, pas besoin de les **shiner** (cirer). Désirez-vous un **suit-case** (porte-manteau) ou un **satchel** (une sacoche)? En voici un beau en **alligator**.

Pas besoin d'un capot de **raccoon** (chat sauvage) bon **stuff** (fourrure)? C'est une **clairance** (vente complète). Profitez-en pour faire de bons **bargains** (marchés).

Aussi des **rugs** (paillason, carpette, couverture de voyage, selon le cas): des **dusters**, garde-poussière; des **raincoats**, des **water-proofs** (imperméables).

Le voisin, c'est un agent d'immeubles. Il ne connaît pas le mot, mais il fait parfaitement la chose. Pour lui, c'est un **"Real estate agent"**. Vous êtes pauvre comme Job, vous n'avez pas d'argent à **investir** (to invest). Passez tout droit. **"Next door."**

C'est un quincaillier: **"hardware"**, dira le **propriétaire**. Si vous désirez un **wrench** (clef anglaise), des **bolts** (boulons), des **screws** (vis), un **pen-knife** (canif), des **pipes** (tuyaux, conduits). Profitez-en.

Madame veut arrêter chez la modiste. C'est ici Voyez: **Millinery** (salon de modes). Arrêtez avec Madame. Elle désire un **"merry-widow"**. C'est un peu démodé! Comme il y a parfois à la maison guerre offensive et défensive, elle sera peut-être mieux de s'acheter un **"dreadnought"**! Quant au volume et au prix, il n'y a presque pas de différence. Encore des mots anglais: **hat**, chapeau; **sash**, ceinture; **stocking**, bas; **wrapper**, peignoir; **braid**, muret, brandebourg; **lace** dentelle; **shape**, **chépé**, (shaped), forme, formé, etc.

La mode est pourtant parisienne. Voyez les revues de modes anglaises ou américaines: les mots français y foisonnent. La modiste, mais elle serait malade, si, là où les Anglais ont adopté le mot français, elle ne leur donnait le pion en inventant des mots que les Anglais eux-mêmes n'ont pu trouver.

Voulez-vous d'autres anglicismes des plus carabinés que le commerce est coupable d'avoir inoculés à notre langue?

Un magasin à **"département"** pour **"magasin à rayons"**. Département, en français, est un terme géographique.

Cette crème **"goûte"** (tastes) bon, pour **"a bon goût"**. Une personne peut goûter, mais non une chose.

Cela **"montre"** bien (show well), pour **"paraît bien"**, etc.