Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 38 (2001)
Heft: 1492

Rubrik: Internet

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Nouveau média, même casse-tête

Comment gérer le problème des langues sur les sites nationaux? Attention aux simplifications réductrices.

Par définition, le plurilinguisme crée des coûts accrus pour la communication. Des coûts directs: la même publication doit exister en différentes versions, et donc à moindre tirage. Des coûts indirects, sous forme de circuits plus lourds: il faut intégrer au processus une éventuelle conception en plusieurs langues, en tout cas une prise en compte du temps de la traduction là où une langue unique permet plus de spontanéité.

Ces questions sont relativement bien maîtrisées en Suisse pour la communication sur papier, qu'il s'agisse de la vie politique, des rapports avec l'administration ou des grandes entreprises. On néologise en latin ou en anglais et on traduit à tour de bras, les maladresses sont relevées (la publicité) et les fautes sont dénoncées (s'adresser en allemand à un gouvernement romand).

Les imprimés sont toujours nécessaires mais l'Internet s'y ajoute désormais. En même temps, par sa forme moins figée, la publication sur le web appelle à prendre des libertés avec des usages pas toujours bien intériorisés.

Prenez le nom du site: faut-il en déposer un dans chacune des langues officielles? Ce n'est pas ce qu'a fait le Conseil suisse de la presse (www.presserat.ch), dont le site est ensuite irréprochable. Une manière simple et élégante de régler la question est de choisir un nom acceptable par tous: www.admin.ch pour la Confédération, www.sp-ps.ch pour le parti socialiste suisse.

Vient alors la page d'entrée: il n'est pas rare qu'elle soit en allemand avec possibilité d'opter pour le français (et c'est statistiquement raisonnable); la simple page de choix de la langue est au fond une étape agaçante. Ici la solution recommandable est d'avoir d'emblée un sommaire simplifié dans les différentes langues du site.

Reste à voir comment est gérée la contradiction entre le désir de satisfaire l'internaute dans sa langue et celui de répondre à sa curiosité sur un sujet donné: . Il paraît préférable de concevoir le site de manière à donner toute l'information depuis chacune des langues (les discours de Moritz Leuenberger).

Est-ce un phénomène de transition ou durable? On observe par ailleurs la mise en place de sites de portée manifestement nationale exclusivement en allemand:

• Profitline est une branche du groupe Rentenanstalt/Swiss Life qui vend des fonds de placement par téléphone (en plusieurs langues). Les documents vous sont adressés dans la langue de votre choix, y compris l'anglais. Mais à la faveur d'un développement du site www.profitline.ch qui permet la vente et la gestion en ligne, la version française a disparu, il ne reste que l'allemande.

• www.topten.ch est un site soutenu par l'Office fédéral de l'énergie pour donner en permanence le hit-parade des produits les plus respectueux de l'environnement. Les versions romandes et tessinoises sont désormais annoncées. *fb*

Courrier

Le vrai rôle de la CPT

Ayant pris connaissance du numéro 1490 de *Domaine public*, quelle n'a pas été ma surprise en lisant les articles consacrés aux Pharmacies Populaires et particulièrment le rôle que vous faites jouer à la caisse maladie CPT. En effet, selon vos affirmations, la CPT aurait été membre du conseil d'administration qui a proposé la vente des Pharmacies Populaires à la chaîne Capitole. Or, c'est absolument faux; la CPT s'est même opposée avec détermination à cette proposition.

• La caisse maladie CPT n'était pas membre du conseil d'administration des Pharmacies Populaires qui a proposé la vente de ces dernières à la chaîne Capitole.

• Au contraire, les délégués de la caisse maladie CPT se sont opposés fermement à cette vente lors de l'assemblée générale du mois de janvier. Durant cette séance, ils ont joué un rôle déterminant par des interventions et par leur vote unanime contre cette vente.

• La CPT a accepté de faire partie du nouveau conseil d'administration qui œuvre au redressement de la situation des Pharmacie populaires.

• En conséquence, la caisse maladie CPT a joué un rôle parfaitement contraire à celui décrit dans l'article en question.

Marlyse Dormond,
Responsable de la Filiale
de la caisse maladie CPT
jusqu'au 30.9.2001