

13 janvier 2016

**Réponse du Conseil administratif à l'interpellation écrite du 7 octobre 2015 de M. Sylvain Thévoz: «Usage de l'anglais au MAH: marketing culturel ou manque de culture?»**

*TEXTE DE L'INTERPELLATION*

Monsieur Kanaan, la communication du Musée d'art et d'histoire (MAH) a récemment pris un virage anglophile: Outings project, les Afterworks du MAH, speed dating, happening, photobooth, streetlittérature, exposition Outings... Manque-t-on de culture au département de la culture et du sport pour proposer des équivalents français à ces termes ou le marketing culturel préside-t-il à ces choix?

*RÉPONSE DU CONSEIL ADMINISTRATIF*

Le Musée d'art et d'histoire (MAH), tout comme l'ensemble des institutions culturelles municipales, est extrêmement soucieux de la qualité du français employé dans ses différentes communications; en témoigne l'ensemble de ses productions, y compris les textes de son site internet ou de son journal.

Par ailleurs, les textes, notamment ceux relatifs aux expositions (textes de salle, dossiers de presse, etc.), qui sont traduits en allemand et en anglais le sont par des traducteurs et traductrices professionnels. Et ce dans un souci de qualité et de respect des langues concernées.

Certains projets requièrent toutefois l'utilisation d'anglicismes:

- Le MAH participe ou collabore à des projets internationaux qui ont un nom ou une «marque» anglophone comme MuseumNext ou Outings Project. Dans ce dernier cas, il apparaissait opportun de reprendre le nom du projet tel que voulu par l'artiste. Aussi, la participation du MAH à ces projets lui donne une très large visibilité partout dans le monde.
- Dans le cas spécifique des *afterworks*, la problématique est différente. L'idée est de capter un public plus jeune (25-40 ans) et de toucher également les personnes non francophones actives à Genève qui ne fréquentent pas forcément le musée. Après de nombreuses réflexions, il semblait important d'utiliser la terminologie d'usage dans ces deux groupes cibles avec un vocabulaire effectivement davantage composé d'anglicismes qui n'ont pas d'équivalence clairement identifiable en français. A titre d'exemple, *afterwork* est un concept très difficilement traduisible en français sans faire une périphrase. Il en est de même pour *speed dating* qu'on pourrait traduire par rencontre rapide.

Pour information, tant le Petit Larousse que le Petit Robert ont comme critère de faire entrer tels quels les mots anglais qui n'ont pas d'équivalents français sans périphrase, de type *street art*. Le MAH a donc appliqué cette règle dans le cas précis des *afterworks*.

Enfin, dans une ville aussi internationale que Genève, il est bon de rappeler que les langues vivantes vivent des emprunts d'autres langues et qu'il y a des phénomènes d'échanges. Par exemple, flirter vient du mot anglais *flirt* qui vient de l'expression française *conter fleurette*... De même, le terme *performance* est issu du terme *performance* en anglais, lui-même issu de l'ancien français *parformer* et *parformance*, signifiant «accomplissement, achèvement». Ce terme a été repris au XIX<sup>e</sup> siècle dans les haras anglais pour parler de la course des chevaux, puis de leurs capacités, avant d'être utilisé au début du XX<sup>e</sup> siècle dans le langage artistique.

Au nom du Conseil administratif

Le directeur général:  
*Jacques Moret*

Le conseiller administratif:  
*Sami Kanaan*