

Internet

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **38 (2001)**

Heft 1492

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://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 tessi-noises 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 particulièrement 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 Capitoile. 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 Capitoile.

- 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'adminis-

tration qui œuvre au redressement de la situation des Pharmacies 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