

## **Suzanne Villeneuve**

**Projet :** Distribution des stratégies d'activation de la référence dans un discours interprété en Langue des signes québécoise (LSQ)

Ce projet, sous la direction d'Anne-Marie Parisot, membre de l'Institut des Sciences cognitives de l'UQAM, a comme objectif de décrire (pour un discours interprété en LSQ) la forme, la distribution et la fonction des quatre stratégies d'association spatiale pour l'activation, la réactivation et le maintien de la référence. L'intérêt théorique réside dans l'ajout de connaissance du rôle des marques en LSQ et l'intérêt pratique se situe dans les recommandations que nous pourrions faire pour l'enseignement de langue des signes et pour la formation des intervenants en surdité, notamment celle des interprètes. Quatre stratégies d'association spatiale en LSQ ont été décrites en LSQ : la localisation, le signe pointé, la direction du regard et la position du tronc (Parisot, 2003). Ces marques servent à introduire un élément dans le discours, à le réactiver et à maintenir sa référence. Le choix des marques varie selon le contexte discursif. Les marques manuelles (localisation et POINTÉ) sont statistiquement plus importantes dans des phrases isolées que dans un discours naturel (Parisot et Rinfret, 2009), suggérant un lien entre la forme de la marque et l'accessibilité du référent (Rinfret, 2009). Suivant l'hypothèse de l'accessibilité, nous vérifierons la distribution des marques lorsque la situation de communication éloigne l'accessibilité du référent. Notre corpus (Villeneuve, 2006) est constitué de productions d'interprètes experts et débutants (interprétation en LSQ d'un discours français préenregistré.) Nous comparerons d'abord la distribution statistique (Khi2 et student-t) des 4 marques dans le discours interprété aux résultats issus de la production LSQ (Parisot et Rinfret, 2009). Nous montrerons ensuite les différences dans l'utilisation des marques selon l'expertise des interprètes. Nous montrerons entre autres que les experts ont recours à plus de stratégies non manuelles pour la réactivation de la référence. L'exemple suivant montre la réactivation d'un référent (anaphore) par le regard vers un lieu de l'espace qui situait ce référent.