

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?
*Pour une traduction stratégique dans le domaine de
l'audio-visuel***

**Mohammed Zakaria ALI -BENCHERIF
Université Abou Bakr Belkaid
Tlemcen - Algérie -
zalibencherif@yahoo.fr**

Résumé:

Les opportunités de contacts bi-plurilingues sont en forte croissance par le fait que les technologies de l'information et de la communication (ou les mass multimédia) deviennent de plus en plus une nécessité du quotidien comme moyen inéluctable pour exister. La consommation de l'image dans un siècle de la communication suscite non seulement la maîtrise de ce code non-linguistique mais aussi la ou les langues pour l'interpréter, pour le lire voire pour le traduire. Au vu de ces commodités technologiques, on ne sera pas surpris d'observer aujourd'hui, le nombre de langues qui s'incrument à l'intérieur de nos foyers sans autorisation et sans invitation. Ces langues qui nous viennent de partout à travers le petit écran nous permettent à la fois de développer notre répertoire verbal et à être contraint à comprendre, dans certains cas, ce que nous ne maîtrisons pas.

A partir de ces constatations nous nous demandons, si aujourd'hui les spécialistes de l'audio-visuel réfléchissent suffisamment à la question du plurilinguisme social pour une planification linguistique basée sur la traduction comme

moteur de développement socioéconomique et culturel en tenant compte de la fragilité des langues parlées ainsi que de la possibilité de les exploiter dans le domaine de la traduction de l'audio-visuel. Quelles sont donc les stratégies de traduction adopter pour une bonne gestion du pluralisme linguistique local et celui qui s'impose à nous par le biais du petit écran ?

Mots clés : Plurilinguisme ; Stratégie de traduction ; Planification linguistique ; Traduction audiovisuelle (TAV) ; Sous-titrage ; Doublage ; Mass multimédia.

Introduction

La pratique des langues étrangères est un atout dans ce siècle dit de l'information et de la communication. Tout pays voulant s'imposer ou du moins exister à l'heure de la mondialisation se doit de rendre accessible ses mass multi-médias au reste du monde. Il se doit également d'accéder aux produits des autres. Ainsi, la traduction s'impose et impose des règles de jeu ou mieux encore des stratégies claires pour faire face à un marché de langues complexe où le plurilinguisme¹ est la règle et le monolingue est l'exception comme diraient les sociolinguistes (WEINREICH, 1968 ; HAMERS et BLANC, 1983 ; LÜDI, & PY, 2003). Le plurilinguisme dans le domaine de l'audiovisuel est avéré comme une réussite depuis l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Assez proche de la traduction

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

littéraire, la traduction de l'audiovisuel (TAV) comporte d'autres faits qui lui sont propres, vu le nombre de produits que regroupe l'audiovisuel (le film, le documentaire, les émissions de distraction etc.) et les éléments langagiers qui le caractérisent (le verbal, le paraverbal et le suprasegmental), d'autant plus qu'il existe deux types d'interventions : le doublage et le sous-titrage.

Se pose alors la question du rôle de la traduction face à l'accroissement du plurilinguisme généré à la fois par les mouvements de population et par la consommation de l'information qu'imposent les nouvelles technologies. Dans la mesure où nous considérons les mass multi-médias comme un moyen indispensable dans la vie du « *citoyen du monde* », il nous paraît essentiel de nous interroger sur les stratégies² de traduction de l'audiovisuel pour ainsi envisager une traduction stratégique dans le but d'éviter ce que Louis-Jean CALVET (1974) : appelle la « glottophagie ». On estime généralement qu'une langue meurt quand on cesse de l'utiliser ou encore quand une langue hégémonique s'impose à la communauté.

1 – Une planification linguistique d'abord...

Il s'agit de prendre connaissances des faits émergents dynamisés par le plurilinguisme mondial et

local afin de dégager des stratégies pour une pratique rigoureuse de la traduction. Dans le cadre d'un plurilinguisme social ou sociétal la prise en compte par un organisme étatique ou privé, la question de la traduction est une condition *sine qua non* pour la gestion et la planification linguistiques. En Algérie, la traduction n'est pas encore rentrée dans les mœurs de la politique linguistique comme pratique qui jalonne des stratégies socioéconomiques et culturelles. L'engagement dans un processus de développement socioéconomique et culturel suscite d'abord et avant tout un politique linguistique qui gère le devenir des langues locales permettant de consommer³ les autres langues du monde avec beaucoup de prudence.

La mise en place des stratégies de traduction de l'audiovisuel est tributaire de la politique linguistique adoptée par l'autorité politique. Si cette dernière reconnaîtra le rôle de chacune des langues existantes, elle permettra de mettre en place des dispositifs de traduction du discours audiovisuel surtout qu'à l'heure actuelle nous avons des produits plurilingues, ainsi « la pluralité linguistique pour les Algériens incarne ce qui fait leur originalité, leur algérianité » écrit Mohammed BENRABAH (1999 : 271). La reconnaissance des langues locales (le berbère et l'arabe dialectal) et la généralisation de l'enseignement de l'arabe classique et des langues étrangères (notamment le français et l'anglais) sont des conditions qui permettent de repenser la politique

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

linguistique et par là admettre le plurilinguisme comme règle pour gérer au mieux la cohabitation des langues (LÜDI, 2005). Du point de vu financier le plurilinguisme et la traduction coûteraient trop cher à l'état mais en même temps cela pourrait lui apporter beaucoup. Nous comptons aujourd'hui beaucoup d'émissions et de films algériens en arabe dialectal et en berbère qui mériterait bien des traductions pour faire connaître à travers le monde la voix ainsi qu'une image authentique de l'Algérie à travers le monde. Mais cela permet également de toucher, sur le plan local, le maximum de citoyens et de les éclairer au mieux sur les questions nationales surtout celles liées aux caractéristiques culturelle et sociopolitique (BENRABAH, 1993). La question qui se pose est alors de savoir pourquoi le discours audiovisuel est très rarement traduit en Algérie ?

2 – La traduction de l'audiovisuel : *diversité des langues et diversité des dimensions*

Traduire le discours audiovisuel n'est pas une chose simple du fait de l'articulation de plusieurs éléments : l'image, le son et la parole⁴. De même que dans la traduction des médias il existe deux possibilités : le doublage qui est une manière d'interpréter et le sous-titrage qui est une manière de traduire. Le doublage suppose un interprète qui va se mettre dans la peau

l'énonciateur (un journaliste, un comédien ou un simple individu) pour tenter d'interpréter le discours. Il lui est recommandé de s'appuyer sur les gestes, les attitudes et l'intonation en évitant toute traduction en dehors du sens (LEDERER, 2001). Dans le sous-titrage⁵ il s'agit de convertir le discours oral en un discours écrit de façon à l'intégrer dans un contenu vidéo d'une cible. La représentation graphique du discours traduit doit passer par deux étapes : la transcription du discours oral selon la méthodologie de la transcription des corpus oraux (BLANCHE-BENVENISTE & JEAN JEAN, 1986) et puis le passage à la traduction dans la langue cible. Les deux étapes sont à prendre en considération à la fois comme méthode et comme stratégie car sur le plan technique, la longueur des phrases mises dans le sous-titrage dépend de la quantité d'image (durée, séquences). Si l'on tient compte du nombre d'images qui passent par seconde, il y aurait, en effet moins de phrases. Dans ce sens, pour que le sous-titrage s'aligne avec l'image et l'action que traduit cette dernière, le traducteur sera obligé de réduire les écarts entre le visuel et ce qui se donne à lire⁶. Ainsi, le visible et le lisible dans le sous-titrage s'articulent avec la transcription et celle-ci dépend à son tour de la traduction et de la contraction du discours. En outre, il est fondamental d'adopter une perspective multidimensionnelle : linguistique, pragmatique et culturelle afin de préserver le sens.

3 – Pluralisme linguistique et pluralisme culturel : *traductions, identités et tabous*

Si l'on veut aller plus avant dans le domaine de la traduction de l'audiovisuel, il faut se référer au contexte de sa production et celui de sa réception, voire de sa consommation. Tout le monde s'accorde à dire que les éléments qui entravent la tâche du traducteur sont la compréhension et la traduction du culturel, Georges MOUNIN notifie, par exemple : « Pour bien traduire une langue, il ne suffit pas d'étudier cette langue. Il faut étudier, non pas complémentirement, mais fondamentalement, non pas au hasard des lectures, mais systématiquement, la culture qui lui correspond » (1976 : 44-45). L'orientation vers la langue et la culture cibles suppose un retour à la langue source afin d'évaluer les écarts et les divergences pour atteindre une certaine conformité. Il s'agit à l'heure actuelle de traduire pour des destinataires plurilingues qu'il est nécessaire de connaître et de comprendre leurs attentes et leurs motivations.

Dans la traduction du discours audiovisuel il ne s'agit pas de chercher les équivalences au contenu du « discours » source, mais de comprendre ses caractéristiques pragmatiques, fonctionnelles et sociolinguistiques voire artistique ou encore esthétique.

Ces facteurs constituent la clé pour l'analyse du discours ainsi que l'étude du rapport⁷ de l'individu à sa langue ou encore aux langues. Ils offrent par ailleurs la possibilité de traduire conformément au pluralisme linguistique et culturel. Le petit écran apparaît comme une porte entrouverte sur la diversité linguistique ce qui exige que l'on soit plurilingue et qu'on ait des pratiques télévisuelles sociales et familiales qui se servent des valeurs typiques à une société donnée. Ceci ne va pas sans dire que la traduction représente le socle pour préserver ces valeurs. Elle permet de fait de mieux saisir les cultures des autres et les langues qui les véhiculent. La traduction en elle-même suppose que l'on ait une connaissance approfondie sur tout ce qui a trait à une langue car on ne traduit pas pour connaître mais « on connaît pour traduire » souligne Enrico ARCAINI (1972 :279).

Regarder la télévision constitue une activité sociale qui réunit souvent les membres de la famille. Qu'ils soient monolingues, bilingues ou plurilingues leur premier objectif est d'abord de comprendre ce qui se dit en face d'eux pour s'informer, pour se distraire et pour s'instruire. Dans certaines circonstances les membres de la famille deviennent eux-mêmes des interprètes ou des traducteurs lorsqu'il s'agit d'une tierce langue, tantôt ils traduisent tantôt ils censurent à causes de certains tabous⁸ générés par la société. En l'absence de stratégies de traduction ou des initiatives de traduction stratégiques de

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

l'audiovisuel, les membres de la société peuvent se heurter à des pratiques violentes⁹ nées des frustrations dues à l'ignorance des langues et de l'essence des choses.

4 – Pour quels destinataires plurilingues traduire ?

Il est important, lorsqu'on traduit dans des situations de plurilinguisme, de se demander s'il s'agit toujours de destinataires plurilingues qui pratiquent et comprennent toutes les langues en présence ou seulement certaines d'entre-elles. La traduction en situation de plurilinguisme minoré peut, en effet, souvent être expliquée comme une réponse aux attentes des locuteurs qui pratiquent certaines langues et ignorent celles de l'appareil de l'Etat et celles que l'on considère comme des langues dominantes voire internationales. De ce fait, la traduction de l'audiovisuel suscite des stratégies qui prennent en considération des spécificités de la communauté linguistique et définissent les besoins en termes de traduction. Traduire dans une seule langue c'est une négation de la diversité ce qui permet de dire que la langue d'un pays plurilingue c'est d'abord la traduction, une traduction de/vers toutes les langues existantes.

En évoquant le modèle gravitationnel, la question des langues centrales et les langues périphériques, Louis-

Jean Calvet montre que « la mondialisation est une entrave à la diversité » (2002.a : 137). Ainsi, la traduction des livres par exemple, est faite majoritairement à partir de quatre langues : l'anglais, le français, l'allemand et le russe Louis-Jean CALVET (ibid., : 135) souligne en outre que « plus une langue est centrale moins on traduit vers elle ». Cela dit que la traduction dans le domaine de l'audiovisuel se fait de plus en plus vers les langues périphériques ce qui fait que les langues centrales s'imposent comme langues hégémoniques pour les citoyens du monde et imposent par le biais du petit écran des modèles socioculturels qui leurs sont étrangers.

L'intérêt suscité, d'une part, pour la gestion et le contrôle des médias comme ressources indispensables au fonctionnement des interactions sociales et, d'autre part, pour la traduction pour comprendre le monde, requiert une politique linguistique axée sur la diversité qui prend appui sur la traduction comme exigence en visant l'intégration par la culture de mass. Face à ce conglomérat de faits le temps et l'espace de la société ne seront ni façonnés ni envahis ardemment par les langues et les cultures hégémoniques imposées par la globalisation et la mondialisation. Bien au contraire la traduction est l'alternative qui évite la guerre des langues (Louis-Jean CALVET, 1999) et amène les individus à apprécier la diversité à la fois comme une richesse et comme une force sociale. Ainsi, on peut dire que la traduction est une stratégie sociale par laquelle on vise le

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

développement, l'intégration et la gestion du plurilinguisme.

5 – Enfin un autre zoom sur les stratégies...

Nous avons jusqu'ici présenté la traduction de l'audiovisuel sous l'angle de la diversité et des politiques linguistiques en nous rattachant aux faits et aux effets de la mondialisation. Nous allons maintenant mettre l'accent sur quelques stratégies de traduction en rappelant le bien fondé du pluralisme linguistique. L'éclatement souligné dans la société algérienne résultant de la politique d'arabisation renvoie à une sorte de diaspora, étant donné que l'arabe classique n'est pas la langue maternelle des Algériens, mais c'est un véhiculaire commun. L'emploi symbolique et affectif de l'arabe classique pourra éviter le tout-arabe si bien sûr les autres langues seront reconnues à l'intérieur de la sphère de la diversité. A ce moment là, il nous semble possible d'adopter des stratégies de traduction et les adapter à la situation. La traduction de l'audiovisuel sera de ce fait une stratégie sociopolitique pour la gestion de la communication de mass, mais cela ne peut être possible que si l'on s'éloigne du « politico-linguistiquement correct » (CALVET, 2002.b : 40). En attendant de traiter d'autres faits, plusieurs points sont à retenir, en particulier l'absence

d'une politique linguistique claire et dépouillée de subjectivité, d'exclusion et de minoration.

Sans aller jusqu'à prétendre que rien n'est fait dans ce sens (c'est-à-dire des initiatives pour tenter une traduction stratégique), nul doute que la traduction du discours audiovisuel constitue un moyen efficace à l'éducation et au développement de la société qui « ... interagit avec le reste du corps social. La communication de mass a un rôle dominant dans le renforcement des normes et des valeurs socialement majoritaires, qui légitiment le système politique existant.» (DRAGAN & PELISSEUR, 2003 : 99). Le système politique, de par le pouvoir symbolique qu'il exerce (BOURDIEU, 2001), est appelé à assurer une unité sociale et préserver les valeurs et les normes socioculturelles.

La traduction comme stratégie socioculturelle et politique présuppose, d'un côté, des stratégies de traduction visant la compréhension de soi pour l'orientation de l'action, et de l'autre, la compréhension de la société pour l'orientation des interactions. Ainsi, face aux risques de la mondialisation la traduction sera considérée comme étant un système immunitaire pour les sociétés de consommation.

CONCLUSION

Nous avons voulu montrer à travers notre contribution que la traduction dans le domaine de

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

l'audiovisuel est primordiale et constitue un enjeu de taille dans ce siècle dominé par l'information et la communication. Les différences linguistiques dues à la diversité et l'hégémonie de certaines langues aident les politiques et les spécialistes des mass médias à adopter des stratégies de traduction pour une traduction stratégique du discours audiovisuel. Dans la mesure où la langue est l'un des principaux leviers de la sphère sociale, le pluralisme et la traduction ne peuvent être le socle sur lequel se construit l'avenir de la société. Il s'agit donc, de penser la traduction du discours audiovisuel en termes de droits linguistiques des minorités¹⁰ et des droits d'être informé conformément aux valeurs qui légitiment l'information. Il en va de même pour le droit de l'Etat de gérer les questions linguistiques selon des stratégies géopolitiques qui assurent l'unité nationale.

Notes:

1- Selon Louis-Jean CALVET (2008) on compte aujourd'hui environ 7000 langues, ce qui nous donne relativement un total de trente cinq langues par pays.

2- Nous n'avons pas la prétention de présenter ou de proposer des stratégies de traduction de l'audiovisuel mais nous tenterons d'associer notre contribution, nourrie d'une réflexion sociolinguistique, à celles des spécialistes afin de parvenir à

des éclairages théoriques et méthodologique dans un cadre interdisciplinaire.

3- Nous entendons par là, aussi bien l'enseignement/apprentissage des langues étrangères que leur utilisation effective au sein de la société.

4- Nous entendons par là le verbal et ce qui le complète comme les gestes, les postures et les attitudes. Ces derniers aident le traducteur et l'interprète à mener à bien le processus.

5- Il y a aussi le sous-titrage intralinguistique pour les malentendants.

6- Notons que plusieurs éléments sont imbriqués : le verbal, le textuel/visuel et le non verbal.

7- Il s'agit plus précisément du rapport qu'entretien du sujet à la langue « comme sujet parlant-sujet social » précise Anne-Marie HOUEBINE-GRAVAUD (2002 : 10).

8- Il peut s'agir de plusieurs types de tabous : médical, sexuel ou sexiste, économique, politique ou autres.

9- Nous entendons par là une violence symbolique née des incompréhensions des différences, de la discrimination et de la censure.

10- Ceci est aussi valable au niveau local qu'international.

**QUELLES TRADUCTIONS POUR QUELS PUBLICS
PLURILINGUES À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ?**
Pour une traduction stratégique dans le domaine de l'audio-visuel

BIBLIOGRAPHIE

ARCAINI, E. (1972) : *Principes de linguistique appliquée*, Paris, Payot.

BENRABAH, M. (1993) : « L'arabe algérien véhicule de la modernité » in, LAROUCI, F. (dir.) *Cahier de linguistique sociale, Minoration linguistique au Maghreb*, Rouen, pp. 33-43.

BENRABAH, M. (1999) : *Langue et pouvoir en Algérie. Histoire d'un traumatisme linguistique*, Paris, Séguier.

BLANCHE-BENVENISTE C. & JEANJEAN, C. (1986) : *Le français parlé transcription et édition*, Paris, Didier Erudition.

BOURDIEU, P. (2001) : *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Fayard.

CALVET, L-J. (1974) : *Linguistique et colonialisme. Petit traité de glottophagie* : Paris, Payot.

CALVET, L-J. (1999) : *La guerre des langues, et les politiques linguistiques*, Paris, Hachette.

CALVET, L-J. (2002.a) : *Le marché aux langues. Essais de politologie linguistique sur la mondialisation*, Paris, Plon.

CALVET, L-J. (2002.b) : « Mondialisation, langues et politiques linguistiques. Le versant linguistique de la mondialisation » in, *Le français dans le monde*, n° 323, pp. 39-42

CLAVET, L-J. (2008) : « Mettre de l'ordre dans le désordre babélien » in, *Le Français Dans Le Monde n° 355, Le plurilinguisme en action*, pp. 44-46.

DRAGAN, I. & PELISSEUR, N. (2003) : « Les effets socio-culturels de l'information et des activités télévisées : état des recherches et étude de cas de la Roumanie » in, COURBET, D. & FOURQUET, M-P, *La télévision et ses influences*, Bruxelles, De Boeck, pp. 97-121.

HAMERS, J-F. & BLANC, M. (1983) : *Bilinguisme et bilinguisme*, Bruxelles, Mardaga.

HOUEBINE-GRAVAUD, A-M. (2002) : *L'imaginaire linguistique*, Paris, L'Harmattan.

LEDERER, M. (2001) : « Transcoder ou exprimer ? » in, SELESKOVITCH, D. & LEDERER, M. *Interpréter pour traduire*, Didier Erudition, Paris, pp. 15-36.

LÜDI, G. & PY, B. (2003) : *Etre bilingue*, Berne, Peter Lang.

LÜDI, G. (2005) : « Plurilinguisme urbain : perspectives de recherche » in, *Bulletins suisses de linguistique appliquée VALS-ASLA*, Neuchâtel, pp. 181-194.

MOUNIN, G. (1976) : *Linguistique et traduction*, Bruxelles, Mardaga.

WEINREICH, U. (1968) : *Languages in contact*, The Hague, Mouton.