

INITIATION A LA TRADUCTION

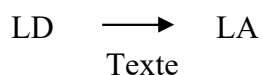
A) QU'EST-CE QUE LA TRADUCTION ?

Comme toute autre notion, la traduction peut être envisagée comme un terme à l'intérieur duquel on peut distinguer plusieurs significations, entre autres :

- *La traduction comme processus, activité ;*
- *La traduction comme résultat final, produit ;*
- *La traduction comme transformation du message, du texte.*

Le mot traduction a été pour la première fois utilisé en français par Etienne Dolet, en 1540. Du latin « traducere » (faire passer d'un côté à l'autre quelque chose ou quelqu'un), « traduire » est défini comme le fait de faire passer un texte d'une langue à l'autre. (Encyclopedia Universalis).

La traduction « est le passage d'une langue A vers une langue B pour exprimer une même réalité X ». Elle met l'accent sur l'importance des langues en présence : langue de départ (LD) et langue d'arrivée (LA), ce qui peut être visualisé par le schéma :



LD (dite aussi langue source LS)

LA (dite aussi langue cible LC)

La traduction consiste à reproduire dans la langue réceptrice le message de la LS au moyen de l'équivalent le plus proche et le plus naturel, d'abord en ce qui concerne le sens ensuite en ce qui concerne le style. Cette définition insère la traduction dans le domaine de la cognition car le traducteur doit faire des choix lexico-sémantiques ou stylistiques mais surtout des choix des contextes pertinents.

L'opération de la traduction est aussi un acte énonciatif. Les traducteurs ne traduisent pas les langues en tant que telles mais des énoncés linguistiques se définissent par rapport aux paramètres d'énonciation : l'énonciateur et/ou le locuteur, le destinataire, l'objet du message, la situation spatio-temporelle, les intentions du locuteur, l'implicite.

Ces énoncés linguistiques s'inscrivent dans des contextes :

⇒ Contexte linguistique :

Apporte des éléments permettant de comprendre le discours pour mieux le traduire : les formes grammaticales donnent ainsi des éléments d'information sur le sens du discours.

⇒ Contexte de situation :

L'énoncé peut changer de sens ou d'interprétation.

Exemple : dans un métro bondé, un voyageur dit « la porte svp » pour obtenir l'ouverture de la porte à la station afin de prévenir qu'il va descendre. Mais en plein hiver, dans un café, quand une personne dit « la porte svp », c'est généralement pour

qu'une autre personne qui vient d'entrer ou de sortir ferme la porte afin d'empêcher le froid de pénétrer.

⇒ Contexte cognitif partagé :

En situation de communication, il faut en effet que les interlocuteurs aient un minimum de connaissances communes pour qu'il y ait échange. (Exemple : Anecdote d'un français se rendant en Angleterre pour la 1^{ère} fois dans le cadre d'un séjour professionnel. Ses collègues britanniques savent qu'il s'agit pour lui d'une première. Lorsqu'ils l'accueillent, ils lui demandent : « are you anxious to visit Britain ? ». Le français, soucieux de rassurer ses interlocuteurs, répond : « oh ! No ! ». « anxious » est un faux-ami. Les britanniques voulaient en fait savoir s'il avait « envie de découvrir l'Angleterre »).

Le traducteur doit donc être conscient non seulement des informations qui sont contenues dans le texte qu'il traduit, mais aussi du substrat, du référentiel de ce texte. Le sens à rechercher, il ne le trouve pas dans les mots mais sous leur surface.

Assertions sur la traduction :

Cervantès, écrivain espagnol, comparait la traduction à *un tapis mis à l'envers : tous les motifs sont là, mais rien de leur beauté n'est perceptible.*

Dante, écrivain italien, écrivait : *Aucune chose de celles qui ont été mises en harmonie par liens de poésie ne se peut transporter de sa langue en une autre sans qu'on rompe sa douceur et son harmonie.*

Voltaire, philosophe français, estimait que les traductions augmentent les fautes d'un ouvrage et en gâtent les beautés.

A l'opposé des opinions émises, d'autres personnalités éminentes considéraient qu'on peut mieux juger un auteur par la traduction de son œuvre.

Lamartine, poète français, disait *qu'il avait toujours eu plus de plaisir à lire un poète étranger en traduction qu'en original.*

1) Les termes clés de la traduction

Comme toute discipline, la traduction possède un certain champ terminologique (épistémologique) avec lequel elle opère. Il faut quand bien même mentionner qu'il n'y a pas d'unification homogène et d'accord général entre les théoriciens sur l'utilisation des termes qui vise la théorie et la pratique de la traduction. Nous citerons les termes les plus véhiculés dans le domaine :

- **Langue originale, langue source, langue de départ - langue cible, langue d'arrivée.**
- **La version : traduction faite de la langue étrangère vers la langue maternelle.**
- **Le thème : la traduction faite de la langue maternelle vers la langue étrangère.**
- **La liberté :** dans la traduction, c'est la latitude envers les moyens linguistiques et extralinguistiques dans la réexpression d'un texte dans la langue cible.
- **La fidélité :** c'est la prise d'attitude par laquelle le traducteur imite fidèlement les moyens linguistiques et extralinguistiques du texte rédigé.

2) Les types de traduction

On peut distinguer différents types de traduction :

- *la traduction littéraire* ou plutôt la *traduction des œuvres*
- *la traduction spécialisée* ou *terminologique*

La traduction littéraire ou plutôt la *traduction des œuvres* - terme appartenant à Antoine Berman; Il envisage sous ce terme la traduction des œuvres philosophiques et des œuvres littéraires. La traduction poétique, c'est l'image et les sentiments qu'il faut traduire.

La traduction spécialisée ou *terminologique* vise surtout les textes terminologiques, couvrant différents domaines de l'activité humaine : traduction juridique, médicale, économique, technique, etc.

D'après le degré du respect du sens du message original, on distingue :

- *Traduction littérale (motamotiste)* - le traducteur se tient à la forme, au mot de peur qu'il ne viole pas la pensée originale de l'auteur ;
- *Traduction libre* - c'est le cas où le traducteur se tient au sens, au contenu, en prenant des libertés dans le choix de la forme de réexpression du texte original.

3) Les types de traducteurs

Les traducteurs qui exercent leur activité dans la société peuvent être également groupés suivant les spécificités de leur activité traduisante. Ainsi distingue-t-on :

- **des interprètes** (assurent l'interprétation de conférence) ;
- **des traducteurs professionnels** (qui travaillent avec des textes spécialisés au profit d'une entreprise de traduction ou d'une unité économique) ;
- **des traducteurs littéraires** (qui traduisent les œuvres) ;
- **des universitaires** (leur métier essentiel est d'enseigner la traduction ou les langues, mais ils exercent aussi la traduction pour maintenir leur professionnalisme au niveau requis).

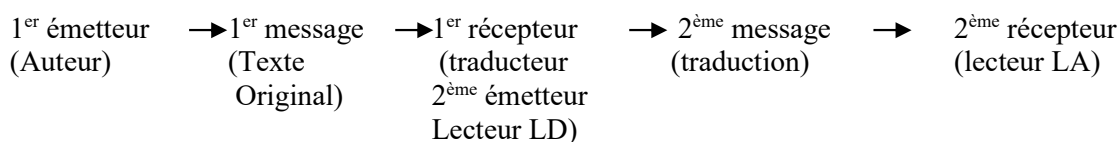
B) LE SENS DANS L'INTERPRETATION DES TEXTES

En raison des caractéristiques linguistiques des textes, il est parfois difficile de saisir le sens de ces textes (textes de spécialités). Le traducteur doit chercher à produire un texte qui reflète le sens de l'original en utilisant au maximum les ressources de la langue et de la culture de réception.

Danica SELESKOVITCH et Marianne LEDERER postulent que traduire n'est pas transcoder mais comprendre et exprimer le sens, ce qu'elles appellent aussi le « vouloir-dire » de l'auteur.

Lors du processus de la traduction, en 1^{ère} étape, le traducteur comprend le texte et se demande comment il pourrait le formuler au sein de la langue d'arrivée en tenant compte du vouloir dire de l'auteur et en dernière étape, il réexprime le texte conformément aux règles et habitudes langagières de la langue visée (cible ou d'arrivée).

La traduction est donc en elle-même un acte de communication qui renferme ses propres protagonistes :



Traduire signifie reproduire le sens ou le vouloir-dire de l'auteur mais saisir le sens est un processus complexe car le traducteur (sauf en cas de rares exceptions), n'a aucun contact avec l'auteur du texte. Il lui faut donc saisir le sens à partir du texte même, c-à-d, qu'il lui faut interpréter le texte.

1) Les compétences linguistiques et extra-linguistiques du traducteur

Retrouver le vouloir-dire de l'auteur est un exercice qui fait appel aux compétences du traducteur sur les plans linguistique et extra-linguistique :

- ⇒ La situation d'énonciation : Le sens d'un texte ou d'un discours est donc totalement lié à la situation et les éléments qui déterminent la situation de l'énonciation sont un endroit et un moment précis. Ces éléments sont importants pour l'interprétation et la compréhension de tous genres de textes, qu'ils soient littéraires ou non-littéraires.
- ⇒ Le contexte et le Cognitif : pour pouvoir comprendre le sens d'un mot ou d'un énoncé, on doit se référer au contexte dans lequel les mots et les énoncés s'intègrent. Opération qui implique une connaissance linguistique mais au même temps une connaissance du monde (cognitive), éléments principaux permettant la réalisation de la compréhension.

En outre, hors du contexte, l'énoncé ne trouvera pas son sens exact.

Exemple de l'adverbe « toujours » :

« Tu es toujours à la fac ? »

Réponse 1 : « oui, j'y suis »

Réponse 2 : « non, je suis en stage »

1^{er} sens : l'adverbe « toujours » indique la continuité dans le temps (« tu es en continu à la fac »)

2^{ème} sens : l'adverbe « toujours » indique la persistance d'un état. (« tu continues d'étudier à la fac »).

2) Les Cinq plans d'analyse

Pour que le traducteur réussisse à dégager le sens le plus justement possible, Jean-Claude GEMAR suggère une analyse du texte sur les cinq plans suivants : sémantique, syntaxique, grammatical, lexical et stylistique.

↳ L'analyse sémantique : c'est une démarche en trois étapes :

- La 1^{ère} est celle de la mise en œuvre des connaissances universelles.
- La 2^{ème} étape fait appel aux connaissances préalables du lecteur, soit son bagage cognitif.
- La 3^{ème} étape est celle du sens contenu dans les dictionnaires que GEMAR appelle « sens de prédicat libre » (soit le sens que toutes les langues ont en équivalents plus ou moins rapprochés), et le « sens de prédicat lié » est celui que le contexte attribue.

L'appréhension du sens et de la signification est donc une question de lecture et de capacité à comprendre ce qu'on lit pour ainsi interpréter ce qui a été dit et le réexprimer en langue d'arrivée.

↳ L'analyse syntaxique : GEMAR affirme que dans l'interprétation du sens du texte, le traducteur agit en comparatiste. En analysant les relations entre les mots ou les groupes de mots, et les structures des phrases ou de groupes de phrases de la langue de départ et de la langue d'arrivée, le traducteur parvient à comparer l'organisation générale de chacune des deux langues concernées par la traduction.

↳ L'analyse grammaticale : GEMAR rappelle que la grammaire fournit de l'information sur les diverses fonctions des composantes de la phrase telles que les verbes, les substantifs, les articles, etc., et que cette information permet au traducteur de saisir les moindres détails du texte. Lorsque le traducteur aura compris le texte, il pourra en réexprimer le sens en sachant qu'il doit parfois se plier aux règles que la grammaire impose.

↳ L'analyse lexicale : avant de traduire le texte qui lui est soumis, le traducteur doit procéder à une analyse lexicale. Cette analyse donne beaucoup de réflexion. Il faut se rappeler que chaque langue a sa propre façon de décrire les objets, les réalités ou les notions. Les moyens utilisés pour le faire sont aussi différents d'une langue à l'autre.
Exp : redouter = craindre, avoir peur, être effrayé, trembler que, paniquer.

↳ L'analyse stylistique : La stylistique traite de la manière d'utiliser les différents moyens d'expression. Lorsqu'on analyse les divers éléments d'un texte, la stylistique permet de mieux saisir les nuances connotatives des mots, des phrases, voire d'un livre. L'analyse stylistique permet au traducteur de cerner les différents registres d'expression et de dégager le ton employé par l'auteur du texte de départ. Après quoi, il pourra les reproduire conformément aux usages de la langue d'arrivée et du domaine en question. (exp : la métonymie : exprime une partie pour le tout « elle a mis du Kenzo » ; la synecdoque :

exprime le tout par la partie « je cherche un toit » ; euphémisme : remplacer un mot par un autre pour éviter de choquer « mourir= il a vécu).

3) Les exigences envers les traducteurs

L'étiquette professionnelle occupe une place importante dans l'activité du traducteur, car son métier est lié à la transmission de l'information.

Le traducteur est responsable des informations qui passent par lui. De nos jours l'information constitue la clef du succès. Celui qui s'en empare peut l'utiliser dans différents buts : positifs ou négatifs.

- Le traducteur doit être loyal, fidèle, ne pas divulguer l'information qu'il possède, c'est-à-dire respecter la confidentialité.

- Le traducteur ne doit jamais être proliférant, dire des choses qui n'ont pas été dites, prononcées, écrites.

- Le traducteur doit se soucier en permanence de son niveau linguistique et extralinguistique, il doit augmenter le niveau de sa qualification, lire, s'informer dans les langues qu'il parle.

- Le traducteur doit se documenter en permanence.

C) LES PROCÉDES DE TRADUCTION

Les procédés de traduction constituent un des outils pour l'appréhension du sens du texte de départ et le moyen par lequel le traducteur réexprime ce sens dans la langue d'arrivée en tenant compte du destinataire et de la fonction que ce texte aura dans la culture réceptrice.

Les procédés de traduction sont généralement classés en deux groupes :

↳ Les procédés de traduction directe : sont utilisés dans des passages où la langue de départ et la langue d'arrivée partagent des catégories parallèles sur le plan de la structure ou sur le plan conceptuel. De ce fait, le message de départ se transpose facilement dans la langue d'arrivée.

↳ Les procédés de traduction oblique : sont nécessaires lorsque la langue de départ et la langue d'arrivée ne partagent pas d'éléments sur le plan structural ou sur le plan conceptuel. Ces procédés servent à remplacer, à divers degrés, des parties du discours.

Pour la traduction générale, ces procédés constituent un cadre méthodologique convenant à presque n'importe quelle combinaison de langue. Toutefois, quelques-uns de ces procédés sont repris par les théoriciens de la traduction avec des nuances quant à leur appellation et parfois quant à leur nature.

1) L'emprunt

Consiste à ne pas traduire et à laisser tel quel un mot ou une expression de la langue de départ dans la langue d'arrivée.

Pratique lorsqu'il n'existe pas de terme équivalent dans la langue cible. Cela permet également de situer clairement le texte dans son contexte culturel par l'intermédiaire du registre du vocabulaire utilisé.

Exemple: parking, cool, sandwiches, chips, etc.

2) Le calque

Traduit littéralement le mot ou l'expression de la langue de départ. C'est une « copie » de l'original, un emprunt qui a été traduit.

Exemple :

The cold war → la guerre froide

World health organisation → organisation mondiale de la santé

Hard disc → disque dur

On line → en ligne

3) Traduction littérale

Appelée aussi « Equivalence formelle » ou « Transcodage », elle consiste à traduire la langue source mot à mot, sans effectuer de changement dans l'ordre des mots ou au niveau des structures grammaticales. Ce procédé conserve la catégorie lexico-grammaticale des termes du texte du départ et parfois même leur ordre séquentiel.

Exemple:

Voir rouge → to see red

More and more → (de) plus en plus

The book is on the table → le livre est sur la table

4) La transposition (la recatégorisation)

C'est un procédé qui entraîne un changement de catégorie grammaticale d'un mot en passant d'une langue à l'autre. On remplace un mot/structure de la langue source par un mot ou structure appartenant à une catégorie différente.

NOM

Avant la rentrée

For sale

VERBE

before school started

à vendre

NOM

Avec douceur

Avec gentillesse

ADVERBE

softly

kindly

ADJECTIF

Festival paper

Medical students

NOM

papier cadeau

étudiants en médecine

ADJECTIF

Endless

VERBE

qui ne s'arrête jamais

ADVERBE

Il marchait rapidement

ADJECTIF

he walked with quick step

ADVERBE

He still thinks about her

VERBE

il continue de penser à elle

La transposition est utilisée en traduction qu'à l'intérieur d'une même langue. « Il a annoncé qu'il reviendrait » peut être remplacé par « Il a annoncé son retour ». Ces deux phrases ont le même sens bien qu'elles soient différentes sur les plans syntaxique et stylistique.

La transposition peut être facultative ou obligatoire. Le caractère obligatoire est imposé par la structure de la langue d'arrivée. Par exemple, l'énoncé « as soon as he gets up » doit être traduit par l'énoncé « dès son lever ». On pourrait dire « dès qu'il se lève » mais ce n'est pas une façon courante ni spontanée de le dire en français.

5) La modulation

Ce procédé opère sur le plan de la pensée. Il consiste à effectuer un changement de point de vue d'une langue à l'autre afin d'éviter l'emploi d'un mot ou d'une expression qui passe mal dans la langue d'arrivée. Il implique un changement d'ordre sémantique qui se manifeste à l'intérieur d'un syntagme ou d'une phrase ; le sens global restant identique.

Toutefois, un changement dans les catégories de pensée peut entraîner un changement dans les catégories grammaticales. De ce fait, il s'avère difficile de distinguer la modulation de la transposition.

Ci-dessous quelques types de modulation établis par Vinay et Darbelnet :

- Passage de l'abstrait vers le concret,
- De la partie vers le tout,
- De l'affirmation vers la négation,
- Une partie pour une autre,
- Passage de la voix active vers la passive (ou vice-versa).

Exemple :

- Bureau des objets trouvés.
↳ Lost property office.
- They lost their lives.
↳ Ils ont trouvé la mort.
- He cleared his throat.
↳ Il s'éclaircit la voix.

6) L'équivalence

Procédé consistant à traduire un message dans sa globalité. (surtout utilisé pour les expressions figées ou les expressions idiomatiques).

Ce procédé intervient quand on ne peut absolument pas traduire mot à mot car les deux langues utilisent un « code » qui leur est propre.

Le traducteur doit comprendre la situation dans la langue de départ et doit trouver l'expression appropriée et qui s'utilise dans la même situation dans la langue d'arrivée. C'est une rédaction du message entièrement différente d'une langue à l'autre.

Exemple :

- Aie !
↳ Ouch !

L'équivalence concerne aussi les unités de mesure :

Les principales unités de mesure :

A gallon = 4,55 l

a yard = 91,4 cm

A pound = 453 gr

a mile = 1,61 km

A foot = 30,5 cm

1 km = 0,62 mile

L'équivalence se décline en trois types :

1er cas : l'équivalent est identique ; les changements sont infimes (cas rares).

Exemple :

- Prendre le taureau par les cornes
↳ To take the bull by the horns

2^{ème} cas : il existe un équivalent propre à la langue d'arrivée mais il est très différent.

Exemple :

- Ça m'a coûté les yeux de la tête
↳ It cost me an arm and a leg

- La semaine des quatre jeudi
↳ Once in a blue moon

3^{ème} cas : aucun équivalent possible. C'est à ce moment où intervient l'adaptation ; on substitue une autre réalité culturelle à celle de la langue source.

Exemple :

- Before you can say Jack Robinson
↳ En un clin d'œil

7) L'Adaptation

L'adaptation est le procédé qui consiste à adapter une situation à une autre lorsque celle qui est décrite dans le texte de départ n'existe pas dans la langue d'arrivée, ou lorsqu'elle ne correspond pas aux us et coutumes des destinataires de la traduction. C'est le cas de l'exemple « *He kissed his daughter on the mouth* », geste correspondant à une habitude dénuée de toute arrière-pensée. Si ce geste est mal perçu dans la culture réceptrice, la phrase peut être rendue par « *Il serra sa fille tendrement dans ses bras* ».

Le domaine juridique est un domaine où la traduction a souvent recours à l'équivalence. Le caractère socioculturel du droit, entre autres, fait souvent en sorte que les situations décrites ne soient pas équivalentes ou encore qu'elles n'existent pas dans la culture réceptrice. L'équivalence est l'un des moyens utilisés pour rendre des notions ou des réalités qui ne se correspondent pas d'une langue à l'autre.

8) L'ajout et la suppression (Etoffement et allégement)

L'étoffement :

Consiste à ajouter des mots pour en traduire un seul afin d'obtenir le sens désiré.

Exemple :

- Passengers to Paris
↳ Les passagers à destination de Paris

- I must examin my options
↳ Je dois examiner les solutions qui s'offrent à moi.

L'allégement :

Consiste à effacer des éléments inutiles, redondants.

Exemple :

- L'homme que j'ai vu
↳ The man I saw

- Come and see me
↳ Viens me voir

9) *Les « tendances » des deux langues*

↳ L'anglais a tendance à conserver l'ordre canonique, (standard) de la phrase, mais le français est plus libre.

↳ L'anglais a tendance à placer l'information nouvelle (ou « rhème ») au premier plan

- Son ennemi juré : Nemesis - Nemesis, his arch enemy
- On construit de nouvelles installations sportives - new sports facilities are being built

↳ L'anglais a tendance à préférer les structures verbales (voir la transposition)

- à son retour _ when he came back
- avant la rentrée _ before school started
- pelouse interdite _ keep off the grass

↳ L'anglais a tendance à éviter les subordonnées relatives

- Il saisit l'enveloppe qu'il ouvrit nerveusement _ he grabbed the envelope and opened it nervously

↳ L'anglais contient plus de mots que le français, mais il est plus concentré et synthétique. Le français possède moins de mots, et a besoin de plus de mots pour exprimer une idée, il est plus « bavard » (d'environ 15%).

D) TRADUCTION DES TEXTES DE SPECIALITES

Il y a une distinction entre traduction des textes pragmatiques, au sens de textes portant sur d'autres discours que littéraires. Dans la classe des traductions des textes pragmatiques, on trouve la traduction journalistique, la traduction publicitaire, la traduction du discours politique ou économique ...

La traduction dite « pragmatique » suppose une reformulation en direction d'un public précis. Cette reformulation est indispensable à la compréhension du message à transmettre, qu'il s'agisse d'éclairer les notions, ou d'élucider les termes qui posent problème.

En traduction, la reformulation est dans bien des cas une obligation. Sa nécessité se retrouve face à deux impératifs principaux qu'on trouve dans toutes les situations de traduction :

- Le nécessaire respect des usages en langue cible (phraséologie, articulations du discours ...)
- L'adaptation nécessaire au cadre de référence des lecteurs (conversions de mesure...)

L'interprétation d'un discours spécialisé constitue un enjeu assez important, surtout pour le lecteur qui doit comprendre ce qui est décrit, pouvoir distinguer l'essentiel de l'accessoire, de façon aussi claire que dans le discours source. Car contrairement à un spécialiste, le lecteur ne maîtrise pas toutes les notions de bases du domaine.

La traduction spécialisée en direction de lecteurs non spécialistes, présente des contraintes : il s'agit de permettre la construction d'un sens dans une situation bien précise d'échange entre niveaux de compétences différents.

I) CRITERES DE VALIDITE DE LA TRADUCTION DITE « PRAGMATIQUE »

La question qui se pose est celle de la validité du texte produit en fonction du public visé. Outre la fidélité indispensable au contenu du message à transmettre, le traducteur doit anticiper le processus d'interprétation de son texte par ses lecteurs et en reformuler le contenu en tenant compte de trois critères généraux de validité et qui correspondent aux trois objectifs indispensables au succès de la communication : *la lisibilité* va permettre le décodage du message, *l'accessibilité* va permettre la compréhension des notions, enfin *l'acceptabilité* garantira la motivation du lecteur.

Critères de validité	Niveau	Objectif
Lisibilité	Morpho-syntaxe ; lexique général	Décodage
Accessibilité	Niveau cognitif (terminologie et phraséologie spécialisées)	Compréhension
Acceptabilité	Niveau pragmatico-culturel	Motivation

1) Lisibilité

C'est un critère primordial. Le public visé doit pouvoir lire facilement le texte traduit ; on doit donc y trouver des formules adaptées à son niveau de compétence linguistique. Il faut soigner la logique des enchaînements du discours, éviter les phrases inutilement complexes et les effets de style qui pourraient perturber le décodage.

2) Accessibilité

Ce critère concerne les connaissances du domaine. Une publication scientifique dont le texte est parfaitement lisible et cohérent pourra être décodée sans problème par tous les locuteurs maîtrisant la langue de départ ; elle restera néanmoins incompréhensible pour les lecteurs qui ne maîtrisent pas les notions fondamentales évoquées.

Dans un texte visant un public non spécialisé, il s'agit de donner accès à ces notions indispensables. Il faudra donc notamment adapter le vocabulaire spécialisé aux acquis du public visé (définitions en contexte, équivalents plus simples et plus concrets lorsque c'est nécessaire, tout en veillant au respect de l'usage en langue cible), de façon à permettre au lecteur de comprendre et non seulement de décoder ce qu'il lit.

3) Acceptabilité

Pour que le lecteur lise avec profit, il faut qu'il y soit disposé. Le texte doit correspondre à ses attentes, pour créer une motivation et si possible, un plaisir à la lecture. Ceci concerne notamment le style d'interlocution, le choix d'exemples culturellement pertinents, voire le traitement des passages humoristiques (on ne rit pas des mêmes choses ni de la même façon dans tous les pays).

II) TRADUCTION SPECIALISEE ET PARTICULARITES

1) *La traduction spécialisée*

La traduction spécialisée dite encore la traduction professionnelle, envisage la diffusion du savoir scientifique dans les différents domaines de l'activité socio-humaine : économie, technique, droit, informatique, médecine, chimie etc.

La traduction spécialisée est plus répandue que la traduction littéraire, les traducteurs professionnels sont plus nombreux que les traducteurs littéraires.

La traduction spécialisée peut envisager quelques types de textes, selon le degré de complexité et de fonctionnalité :

Textes scientifiques (thèses, articles, monographies, traités etc.) ;

Textes fonctionnels (lettres d'affaires, contrats, documents descriptifs, règlements etc.) ;

Textes utilitaires (modes d'emploi – techniques ou pharmaceutiques, recommandations, recettes de cuisine etc.).

2) *Les particularités de la traduction des textes techniques*

Contrairement aux textes littéraires qui ont pour but de séduire et d'impressionner esthétiquement, les textes techniques réfèrent à la réalité objective. Le texte technique est complètement dénotatif et dépourvu de toute connotation.

Autre particularité du texte technique fonctionnel ou utilitaire c'est qu'il ne se présente pas comme le produit d'un « auteur ». Il semble bien plutôt émaner directement de la réalité technique, avoir été dicté par une forme de logique universelle. La plupart des autres textes scientifiques laissent entendre une voix, entrevoir un principe humain à leur origine.

Le texte technique traduit a une fonction assimilable à celle de l'original. Ce sont les mêmes informations qu'il vise à transmettre, pour permettre d'exécuter les mêmes gestes et de mener à bien les mêmes opérations.

Le traducteur peut s'écarter librement du « dire » de l'original, sans même nécessairement chercher à s'appuyer sur le « vouloir dire » de l'auteur. Si l'original est mal rédigé ou s'il comporte des erreurs, le traducteur a toute latitude pour intervenir pour réorganiser la forme et corriger le sens. À titre d'exemple, il importe peu que la traduction d'un mode d'emploi emboîte le pas au texte original. S'il s'agit de monter une bibliothèque, l'essentiel est que le lecteur reçoive des informations correctes, claires et précises.

La difficulté première de la traduction technique réside en fait souvent dans l'identification des termes présents dans la communication scientifique des spécialistes. Certains mots du lexique général peuvent prendre une acception particulière en langue spécialisée. Ex: **souris**, **puce**, **bouton** – terminologie informatique.

Le traducteur doit donc solliciter ses connaissances générales et spécialisées, de même que son savoir terminologique. Si ceux-ci sont insuffisants, il entreprend des recherches documentaires et terminologiques. À cet effet, il s'adresse à des spécialistes ou consulte des encyclopédies, des glossaires et d'autres ouvrages de référence.

3) *Les particularités de traduction des textes des sciences humaines*

Les « **sciences humaines** » présentent l'ensemble des sciences qui ont pour objet **l'homme** dans ses actions, ses organisations, ses rapports, ainsi que l'étude des traces laissées par celui-ci. Et à ce domaine-ci correspond aussi une série de sous-domaines comme *la philosophie, l'histoire, la linguistique, la sociologie, la psychologie* etc.

Chaque domaine a son propre lexique et présente des ensembles de termes spécialisés. Certains termes des sciences humaines couvrent souvent plusieurs disciplines, la terminologie des sciences humaines est différente y compris à l'intérieur d'une même discipline, étant véhiculée à l'intérieur d'une école scientifique, d'une certaine période de temps, dans un certain espace géographique (ex.: la terminologie linguistique).

E) TRADUCTION DES TEXTES PUBLICITAIRES

1) Le message publicitaire

Le message publicitaire est une formule linguistique de structure diverse qui accompagne une image (dans les revues), un spot vidéo (à la télé ou au cinéma), une séquence radio, ayant le but de persuader le consommateur à acheter tel ou tel produit ou service.

Suivant la morphologie des éléments constitutifs du message publicitaire, différentes formules se présentent : V+N, V+V+V..., Adj.+Adj., N+Adj., Adv. etc. (exemples : Vision cristalline, Mon parfum, Vivre sans stress, Me dévoiler, Irrésistiblement).

Les messages publicitaires peuvent être **suggestifs** ou **non-suggestifs**.

Les messages suggestifs sont ceux dont le contenu, sans avoir l'image, indique ou appelle le produit réclamé, ex.: Clarins, la beauté que vous aimez. Une grande partie des messages publicitaires suggestifs ne contiennent que le nom de la marque : **Dior, Chanel, Kenzo, Pacco Rabanne** etc.

Assez souvent le message publicitaire qui accompagne le spot vidéo ou une image dans la revue, **n'est pas suggestif** s'il est pris tout seul, hors du contexte sémiotique (signal en images, couleurs etc). Ex: un jeune homme en habit de marié attend sa promise près de sa moto : « **Epousez-la pour retrouver la liberté**»; **Irrésistiblement (Saint Laurent)**.

D'ici, on tire la conclusion que dans la plupart des cas des messages publicitaires, **l'information publicitaire forme une symbiose harmonieuse avec les composantes sémiotiques : son, images, musique, films etc.**

La traduction des messages publicitaires souvent ressemble plutôt à une **récréation** de ce message dans la langue cible, car une traduction littérale ou trop fidèle fait perdre la **marcation stylistique** ou le double sens du jeu de mots. En traduisant les messages publicitaires il faut tenir compte des contraintes suivantes : **1) le genre du produit qu'on réclame ; 2) la marcation stylistique du message qui doit être rendue fidèlement dans la langue cible (métaphore par métaphore ou comparaison, symbole par symbole etc.) ; 3) le public visé (adultes, enfants, étudiants, jeunes, lycéens etc.)**.

2) Le circuit publicitaire

Le message publicitaire s'inscrit dans un circuit spécifique ; le circuit publicitaire qui met en rapport les instances du circuit « interne » face au circuit « externe ».

Le circuit externe met en relief les rôles respectifs des instances de pouvoir (destinateur, agence de publicité) face aux sujets interprétants (destinataire) qui interviennent, ainsi que les contraintes auxquelles ledit circuit est soumis.

Le circuit interne concerne la parole des textes et énoncés publicitaires qui ont une visée communicative et pragmatique.

3) Le circuit externe et ses contraintes

Le circuit externe est constitué par diverses institutions et sujets agissants. Parmi ces sujets se trouvent :

↳ Le destinataire de la parole publicitaire. Il est actualisé par deux actants sociaux : a) le fabricant ou la société productrice du bien de consommation, b) l'agence de publicité ou le publiciste. Le destinataire confie à l'agence de publicité la mission de communiquer un message publicitaire en vertu d'un contrat. Ainsi, le message du fabricant est mis en forme par le publiciste. Ce dernier est en quelque sorte un intermédiaire entre le producteur du bien et les consommateurs.

↳ Face au destinataire, se situe le destinataire de la parole publicitaire. Il s'agit du sujet interprétant du message et le consommateur potentiel du produit annoncé. L'objet de la communication ou le produit est présenté comme un bienfait pour satisfaire un manque. Le produit sera donc « valorisé » aux yeux du futur consommateur.

↳ Dans ce processus, le traducteur se situe au bout de la chaîne ; il est le premier des récepteurs de la publicité. Or, dès qu'on fait appel à lui pour transposer le texte publicitaire dans une autre langue, le traducteur est chargé de communiquer le message publicitaire aux futurs consommateurs internationaux. Ainsi, loin d'être un simple intermédiaire, il prend la place de l'instance communicative (l'annonceur) et devient à son tour émetteur du message publicitaire.

Ce transfert interculturel est soumis à des contraintes externes à savoir, les facteurs économique, juridique et culturel.

✓ Le facteur économique : rentabilité, notoriété du produit et de la marque dans le pays cible, spécificités du marché qui renvoie à une classe particulière de consommateurs (ceux-ci sont définis quant à l'objet par des habitudes de consommation, et quant à la communication par des attitudes de réception).

✓ Le facteur juridique : concerne la législation spécifique qui régit les formes de promotion commerciale, le contenu, l'expression des messages publicitaires. Cette législation diffère selon les pays. Le traducteur est contraint de tenir compte de la législation du pays cible au risque de se voir rejeter une campagne publicitaire.

✓ Le facteur culturel : est un facteur essentiel. Le succès ou l'échec d'une campagne publicitaire dépend du transfert des valeurs et des habitudes propres à la culture d'accueil (valeurs, les traditions, les habitudes d'achat.).

4) Le circuit interne

Au circuit « externe » vient se greffer un circuit « interne », celui de la parole publicitaire. Dans ce nouveau circuit, va s'instaurer :

✓ L'instance du destinataire : c'est le responsable du texte ou énoncé publicitaire. A partir d'études de marché, le publiciste va se forger une certaine image du consommateur potentiel (ses valeurs, ses croyances, ses goûts, ses désirs ...). Cette image permet d'établir certaines stratégies de communication qui vont prendre une forme discursive.

✓ L'instance du destinataire : le message publicitaire permet d'identifier le type de public cible.

✓ L'instance du produit annoncé : l'objet publicitaire est présenté comme un produit culturel « valorisé » avec certaines propriétés ou vertus qui répondent aux désirs du consommateur potentiel.

C'est donc au niveau de la parole publicitaire que se situent les stratégies discursives, c-à-d, dans le cadre global de la communication publicitaire.

5) Les défis de la traduction du texte publicitaire

Le traducteur qui travaille dans le domaine de la publicité internationale peut rencontrer plusieurs difficultés. On en dénombre principalement trois : les contraintes économiques et juridiques (déjà abordés ci-dessus), la difficulté de transposer l'effet communicatif d'une production publicitaire et enfin, l'obstacle de savoir jusqu'à quel point pousser l'adaptation.

a) La retranscription de l'effet

La priorité en publicité, c'est de transmettre un message qui aura pour effet de vendre le produit annoncé. Donc, toute publicité, bien qu'elle soit traduite, doit remplir une fonction perlocutive double : comporter un effet qui fera agir le destinataire afin de faire vendre. Or, à ce stade, une question épineuse se pose : comment maintenir l'impact d'incitation à l'achat si les paramètres linguistiques et socio-culturels sont modifiés par le nouveau contexte de réception ? Lors de la retranscription du texte en contexte cible, les paramètres changent : on s'adresse à différents types de récepteurs et les moyens pour créer cet effet (langue, aspects culturels) sont différents.

Le traducteur doit chercher à maintenir un impact équivalent sur le public cible mais il ne doit pas forcément l'atteindre avec des moyens similaires à ceux employés dans la version source.

Exemples :

- 1) Un fromage français qu'on veut exporter en Grande-Bretagne. Pour les français, le traditionnel plateau de fromages est servi entre le plat principal et le dessert. Or, en G.B, le fromage est consommé comme dessert. De plus, l'accompagnement de ce produit diffère dans les deux cultures : en France, on le mange avec du pain tandis qu'en G.B, on l'accompagne de gâteaux apéritifs « cheese and biscuits ».
- 2) Une publicité qui serait diffusée sur le marché japonais et aux Philippines ; l'effet recherché dans le message publicitaire est celui de persuader en évoquant la nostalgie. Pour atteindre ce même sentiment de nostalgie, il faut laisser transparaître une tonalité triste au Japon alors qu'on emploierait une tonalité joyeuse aux Philippines.

b) Degré d'adaptation du message publicitaire

Il a été convenu qu'un texte publicitaire résultant d'un processus de traduction doit être culturellement recevable dans le contexte socio-culturel cible afin de faire vendre sur ce même marché. En effet, les procédés persuasifs doivent être appropriés aux paramètres sociolinguistiques du public visé, faute de quoi on risque de produire un texte inadapté, inefficace et en fin de compte, peu rentable.

L'autre embûche posée au traducteur de publicité réside dans **la sémiotique du texte**. En effet, le texte publicitaire est presque toujours accompagné d'images, de photos, d'icônes. Tous ces éléments extra-linguistiques ne jouent pas seulement un rôle ornemental mais renvoient généralement au texte qu'ils complètent pour former la production d'un sens. Le traducteur doit alors être particulièrement vigilant quant à la transposition de cette sémiotique de l'image dans le texte cible.(exemple : IKEA , suppression de la photo de la femme des catalogues).

De manière générale, il faut prévoir l'impact du texte produit dans son nouveau contexte de réception. C'est ce qu'on appelle *l'acceptabilité culturelle*. Cette dernière n'est pas le seul facteur qui détermine le degré d'adaptation d'un message publicitaire. Il y a un autre facteur primordial qui entre en jeu est celui de la nature du produit concerné. Ce sont généralement les *produits marqués culturellement* et qui sont liés aux traditions locales et au mode de vie.

Le traducteur peut aussi rencontrer une autre difficulté liée à certaines **spécificités langagières** du texte publicitaire. Entre autres, les éléments iconiques, les jeux de mots, les traits d'humour, la fonction phatique du langage, etc. (Exemple : Le cas de « MR2 » de Toyota. En lisant à haute voix cette séquence de syllabe, le mot « merde » apparaît en français).

Pour conclure, on constate que les caractéristiques langagières et communicatives se transforment en contraintes stylistiques que le traducteur devra reproduire dans le texte cible. Les différentes stratégies de traduction possibles peuvent varier en accord avec leur degré de traduisibilité qui est déterminé en fonction du degré d'acceptabilité culturelle sur le marché cible. En effet, s'il y a traduisibilité totale, il est hors de question de transformer le texte sans raison : on procède alors à une simple traduction de la publicité. En revanche, si on a affaire à un texte présentant des problèmes d'acceptabilité culturelle (et donc de traduisibilité), il faudra sans doute avoir recours à des stratégies d'adaptation en cas d'intraduisibilité totale ou partielle.

F) TRADUCTION DES TEXTES JOURNALISTIQUES

Les traducteurs sont amenés à traduire principalement deux sortes de textes à caractères journalistique : les communiqués de presse et les articles. En particulier, les organisations internationales veillent à publier leurs communiqués dans leurs langues officielles.

Parmi les articles à traduire, il y a d'une part ceux des revues destinées avant tout à une zone linguistique particulière font traduire dans une ou plusieurs langues. Par exemple, la Nationale Geographique Society publie une édition française de sa revue. D'autre part, certaines publications paraissent simultanément dans plusieurs langues. A titre d'exemple, le forum de désarmement est une revue publiée en français et en anglais par l'Institut des Nations Unies pour la recherche sur le désarmement.

La traduction de tels textes exige à la fois des compétences de traducteur et un talent journalistique. Le traducteur est donc malgré lui, traducteur-journaliste et il est tenu d'appliquer les règles qui s'imposent aux journalistes. Il doit ainsi connaître le contexte du texte à traduire et se documenter à son sujet.

1) Les contraintes de la traduction du texte journalistique

a) Clarté et simplicité

Un texte journalistique doit être clair et attrayant. Le traducteur doit présenter les informations de façon explicite et dans un style vivant. Il est essentiel de tenir compte des destinataires du texte. Si l'information est destinée à un public averti, il faut utiliser un style approprié et la terminologie correcte. Cependant, si les informations sont destinées à un large public, elles doivent être comprises par le plus grand nombre. Seul le minimum est censé être connu.

Exemples :

- Il ne faut utiliser les sigles qu'après avoir présenté l'expression complète.
- Substituer « le virus du sida » au « VIH » ou « virus de l'immunoficiencie humaine ».
- Ecrire « organes producteurs de sang » plutôt que « organes hématopoïétiques ».

Tout énoncé manquant de clarté est de nature à dérouter le lecteur. Le traducteur est tenu de se documenter ou de consulter l'auteur pour éclaircir les points obscurs.

b) Intérêt et motivation

Il ne suffit pas qu'un texte soit diffusé ; encore faut-il qu'il soit lu. En effet, si le lecteur au départ peu intéressé, perd le fil ne serait-ce qu'un instant ou éprouve une sensation d'ennui si brève soit-elle, il abandonnera en cours de route. Il faut donc maintenir en permanence son intérêt et l'inciter à lire le texte jusqu'au bout.

La lecture d'un texte doit être considérée comme une tâche. Le lecteur ne la mène à bien que s'il est motivé. Les psychologues ont mis en évidence la tendance naturelle de l'être humain à vouloir mener jusqu'au bout une tâche entreprise. A cela s'oppose la loi du moindre effort.

Il est essentiel que le texte journalistique soit fluide, attrayant car il s'agit d'éveiller l'intérêt du lecteur et de le maintenir jusqu'au bout du texte. Tout ce qui interrompt la lecture ou fait perdre le fil engendre une diminution d'intérêt.

En particulier, le **renvoi à des notes doit être proscrit** ; le traducteur veillera à incorporer ces dernières dans le texte.

Les métaphores facilitent la compréhension et concourent à l'attrait de l'article.

Le texte doit être divisé en paragraphes qui ne doivent pas être trop longs. Le traducteur peut aller à la ligne quand l'auteur de l'original aurait dû le faire. Autrement dit, il faut diviser le texte en sections assimilables ; un paragraphe ne devrait jamais compter plus de **75 mots**. Il vaut mieux raccourcir un paragraphe que de diviser l'expression d'une idée en plusieurs paragraphes.

Les intertitres contribuent à structurer le texte et à maintenir l'intérêt du lecteur.

Toute redite doit être éliminée car elle ne peut que prêter à confusion dans la mesure où le lecteur y cherche un sens supplémentaire.

En conclusion, les impératifs de clarté, de création de l'intérêt et d'accompagnement du lecteur dans sa tâche de lecture laissent une grande latitude au traducteur mais sans s'écarter de l'original. S'il convient de s'affranchir d'un original imparfait, c'est uniquement dans le but de mieux le servir.

2) Le rôle du titre

Le titre est un élément décisif de l'éveil de l'intérêt du lecteur ; le traducteur jouit à son égard d'une grande liberté de manœuvre. Idéalement, un titre doit être court et explicite.

Exemple :

- Un journal avait titré le portrait d'un arbitre féminin de football « Madame l'arbitre ».

Chaque journal a son style et le traducteur devra trouver le ton qui convient à son client ou employeur. (titres percutants, chocs, sobres, etc.).

Cependant, la recherche du titre choc peut conduire aux pires excès.

Exemple :

- Lorsque le sous-marin britannique HMS conqueror coula le croiseur argentin General Belgrano en mai 1982 causant la mort de centaines de marins argentins, le Sun se déshonora en titrant « Gotcha ! »

Le traducteur doit s'efforcer de trouver un titre qui lui soit personnel, sans être esclave de l'original.

3) Les commentaires politiques

Ces commentaires peuvent créer de sérieux problèmes aux traducteurs. Les politiciens créent très facilement de nouveaux mots et de nouveaux termes. (exemple : gouttes-à-gouttes économiques, carte de route, etc.).

Ce sont des mots qui dans un discours politique peuvent être très nombreux ; ils constituent un obstacle de décodage pour le traducteur et par la suite un obstacle pour en faire le recodage dans la culture cible.

Néanmoins, le traducteur peut créer des mots et donner une explication métatextuelle. Mais dans le cas de traduction pour les journaux, les notes de bas de page sont impossibles. L'habitude de gloser est détestable professionnellement en général ; le lecteur doit être capable de « consommer » le produit même dans des conditions défavorables (dans un autobus, à demi endormi le matin, etc.).

Par conséquent, le traducteur peut seulement ouvrir une parenthèse, expliquer rapidement ce qu'il ne peut pas traduire et insérer un acronyme « note du traducteur », fermer la parenthèse et continuer.

Exemple :

« Peres a déclaré que la carte de route [un plan de l'Union Européenne et des Etats-Unis pour trouver une solution au conflit du Moyen-Orient. Note du traducteur] est encore une stratégie réalisable ».

Bien sûr, de tels éclaircissements sont nécessaires uniquement quand une expression n'a pas été encore largement utilisée. Dans l'exemple, un tel éclaircissement dans un journal ne serait pas nécessaire quelques semaines après que le terme aurait été introduit.

4) Les références contextuelles

De par leur nature et leur usage, les journaux incluent très peu d'éclaircissements et prennent beaucoup pour acquis ; ceci parce qu'ils sont publiés chaque jour. Cela crée un problème de traduction important. La haute fréquence de leur publication implique qu'une des **dimensions du chronotope** (*éléments de description spatiaux et temporels dans un récit ; le lieu et le moment sont réputés solidaires*) est prise pour acquise : **le temps**. Par exemple, lorsque vous vivez à l'étranger pour un mois et à votre retour, vous constatez que vous avez des difficultés à comprendre votre journal habituel. Pour comprendre le journal du jour, vous devez avoir pris connaissance de celui d'hier et ainsi de suite.

Un autre élément chronotope que les journaux prennent toujours pour acquis est **l'endroit**. Par exemple, un nom de rue ou de place est nommé où a eu lieu un événement sans spécifier la ville.

G) LA TRADUCTION DE LA PROSE : EXPERIENCE, EXEMPLES, CONTRASTIVITE

La traduction littéraire d'un texte de prose est la mise au point d'une autre œuvre, c'est-à-dire, d'un texte autonome de même statut. L'essentiel n'est plus alors de calquer l'original, mais de produire un nouvel original qui viendra se substituer à lui.

L'unité de traduction n'est plus le mot, le syntagme ou la phrase, mais le texte tout entier. L'exactitude de l'information compte moins que la création d'un effet propre à susciter une réaction affective, une émotion esthétique voisines de celles qu'engendre le contact avec l'original.

Les principales contraintes de la traduction d'un texte de prose, vu les difficultés, sont :

- *La traduction des titres ;*
- *La traduction des jeux de mots ;*
- *La traduction des proverbes, des dictons et des expressions idiomatiques.*

1) *La traduction des titres.*

On affirme souvent que les titres ne se traduisent pas, les livres se réintitulent. Il y a là une raison plausible : l'intérêt de l'éditeur à vendre ses livres et qui soutient que le titre d'un livre doit accrocher le public, le lecteur, le titre doit convaincre le lecteur à acheter le livre.

2) *La traduction des jeux de mots.*

Le jeu de mots est une figure de la pensée pour mettre en valeur un trait distinctif d'une personne, d'une situation communicative etc. C'est une allusion plaisante fondée sur l'équivoque de mots qui ont une ressemblance phonétique mais contrastent par le sens.

La base des formes de cette équivoque en est dans la **polysémie** ou l'**homonymie**.

L'antanaclase - d'après le grec *anti* signifie « contre » et *anaklasis* « répercussion » - est une figure de rhétorique qui consiste à reprendre un mot dans une phrase, mais avec un sens différent. *Ex.* « Tu es Pierre et sur cette pierre je bâtirai mon église » ; ou, dans la fameuse pensée de Pascal : « Le cœur a des raisons que la raison ne connaît pas. »

3) *La traduction des proverbes, des dictons et des expressions idiomatiques.*

La traduction des proverbes dans les œuvres littéraires dans la plupart des cas est un choix délibéré du traducteur qui se base sur l'adaptation à la situation communicationnelle.

La classification la plus traditionnelle des proverbes est celle thématique, ex.: La morale du monde, La vie quotidienne, La Religion, La guerre , La nature , La justice, Le monde du travail, etc .

4) *Les particularités de la traduction poétique*

La forme est importante dans la traduction poétique. La poésie impose au traducteur, à part les contraintes formelles mentionnées, la contrainte de la **rime**, du **vers**, du **rythme**. Ces paramètres rendent plus difficile la tâche du **traducteur qui doit être lui-même poète**.

Le contenu poétique se prête souvent à des modifications transformationnelles causées par les contraintes citées plus haut. Ainsi, ***Dans le domaine de la traduction des poésies, Il n'y a pas qu'une traduction, il y en a une multitude.*** Les transformations dans des cas pareils doivent être opérées, car le but suprême de la traduction poétique est de ***susciter chez le récepteur de la langue cible les mêmes sentiments, les mêmes émotions, provoqués par le poème chez le récepteur dans la langue originale.***

H) TRADUCTION DES PIÈCES DE THEATRE, LE DOUBLAGE DES FILMS, LE SOUS-TITRAGE.

1) Les pièces de théâtre

Les comédies, tragédies, drames représentent un autre genre littéraire qui impose ses lois à la traduction. Le traducteur doit prendre conscience du fait que son produit sera joué par un acteur sur la scène devant un public-récepteur. Il doit donc prendre en considération les moyens de communication non-verbale ; c'est-à-dire, ***la gestualité, la mimique, le ton.***

Les difficultés les plus pertinentes dans cette activité sont : ***la traduction des jeux de mots, la traduction de la satire et du comique ; des vers ; des ambiguïtés voulues.***

2) Le doublage des films

C'est une activité spécifique qui suppose : la recherche (par le traducteur opérateur) ***d'une conformité équilibrée entre les mouvements labiaux des acteurs qui parlent la langue originale et l'aspect phonique des répliques dans la langue cible.***

Cette conformité ne doit pas sacrifier le contenu/le sens des répliques au profit de la forme visuelle.

3) Le sous-titrage

Le sous-titrage des films ou des émissions implique également des spécificités de l'activité traduisante: ***raccordement des séquences écrites au débit des répliques des personnages,*** fait qui suppose un certain sacrifice du contenu au profit de la vitesse des sous-titres qui doit concorder avec la vitesse de la lecture et de la compréhension du récepteur-télé spectateur.

CONCLUSION

Le traducteur se trouve, souvent, dans la situation de ne pas pouvoir exprimer toutes les dimensions du texte, des expressions à traduire puisqu'il doit respecter les intentions du texte même au niveau des mots.

Le traducteur doit ajouter au vouloir-dire de l'auteur un vouloir-exprimer qui soit fidèle autant que possible, en tenant compte du texte original qui se constitue en un univers de mots, de formes langagières et de séquences spécifiques.