

META JOURNAL DES TRADUCTEURS. LE VERBAL, LE VISUEL, LE TRADUCTEUR/THE VERBAL, THE VISUAL, THE TRANSLATOR

Presses de l'Université de Montréal,
Vol. 53, no 1, 2008, 240 p.

Ana-Maria COZGAREA

Université « Ștefan cel Mare », Suceava, Roumanie
anamariacozgarea@eed.usv.ro

Meta est le successeur de l'ancien *Journal des Traducteurs*, qui est paru pour la première fois en 1955, publié par Les Presses de l'Université de Montréal. Il a reçu son nom actuel en 1967. André Clas est devenu son rédacteur en chef en 1968 et il a consacré beaucoup de temps, d'énergie et de ressources pour l'éditer pendant 40 années. Dans son éditorial, il passe la direction de *Meta* à Sylvie Vandaele et Hélène Buzelin et exprime sa profonde reconnaissance et gratitude à tous ses collaborateurs de « la famille mondiale des traducteurs ».

Ce numéro thématique du journal *Meta* présente Klaus Kaindl de l'Université de Vienne et Riitta Oittinen de l'Université de Tampere comme éditeurs spéciaux et traite les thèmes de l'oral, du visuel et du traducteur. Ils décrivent les raisons principales pour choisir cette thématique en abordant les questions et les domaines de la culture, de la narration visuelle et verbale, de la multi modalité et de la traduction intersémiotique auxquelles la recherche dans le domaine a accordé une attention insuffisante.

Les contenus couvrent un large éventail de thèmes intéressants et riches abordés par les auteurs dans quatorze articles écrits en anglais et en allemand.

Le premier article intitulé « Yeah, that's it ! : Verbal Reference to Visual Information in Film Texts and Film Translations » analyse de manière comparative un corpus diachronique de textes des films anglais et de leurs versions en langue allemande en termes de la relation entre l'expression verbale et l'accompagnement des informations visuelles qui peuvent entraîner la variation dans la construction narrative du film et la réalisation des concepts extralinguistiques. Nicole Baumgarten examine la conception du film en tant que textes multimodaux et elle propose un modèle linguistique de la relation entre les informations

visuelles et verbales dans les textes des films. L'idée générale de l'article semble être : « les traductions allemandes sont caractérisées par une plus grande explicité référentielle et dénotative, ainsi que soulignées par la logique des relations » (p. 20). La supériorité des textes en langue allemande et des discours en termes de l'explicite référentiel, de la précision dénotative et du degré d'orientation du contenu, est appréciée et soutenue par des éléments de preuve solides qui se trouvent dans le corpus présent.

L'analyse « Translations, Transcreations and Transrepresentations of India in the Italian Media » examine les transformations subies par les traits culturels indiens dans les médias italiens, en se concentrant sur les concepts de la traduction, transcréation et transreprésentation. Le corpus est constitué de films et de spots publicitaires qui ont été diffusés en Italie entre 2001 et 2005. Elena di Giovanni met l'accent sur « l'utilité limitée de la traduction » (p. 40) qui est vue exclusivement comme un processus linguistique, en raison de la difficulté d'isoler la traduction verbale de celle visuelle. La traduction devient une transcréation qui offre un portrait idéal des Indes à la visionneuse. Les trans-représentations sont vues comme la dernière étape parce qu'elles s'appuient sur les traits du préconstruit culturel indien étant désignées « pour évoquer le charme d'un arrière-plan exotique » (p. 40). L'auteur propose une réflexion et une remise en question de la traduction, qui devrait être perçue comme « un processus continu culturel » surtout quand il répond à la complexité de l'audiovisuel.

Dans « Visual Persuasion : Issues in the Translation of the Visual in Advertising » Veronica Smith s'attaque à la question de la traduction de l'image dans la publicité. Elle présente une section transversale dans les dernières études sur l'approche visuelle à la fois comme un concept culturel et social. L'auteure se penche sur l'équilibre entre les éléments originaux et les stéréotypes qui sont utilisés dans la publicité. Le document souligne les différentes stratégies inter-culturelles utilisées pour les campagnes de publicité en termes de présentation, d'orientation et de choix du sujet, en insistant sur le rôle du cross expertise culturelle du traducteur. Une attention particulière est accordée à la publicité chinoise en termes de son adaptation à ses propres spécificités culturelles et sociales. Le contexte théorique s'appuie fortement sur la sémiotique de Roland Barthes.

« *Advertising: A Case for Intersemiotic Translation* » la quatrième étude, aborde le même domaine de la publicité considérée comme un cas de traduction intersémiotique. Ira Torresi critique l'habitude très répandue parmi les traducteurs de considérer les images

et les graphiques en tant que simples exemplifications or compléments de la partie verbale du texte » (p. 62).

Elle prend en compte un large éventail d'aspects de la sémiotique visuelle et de la sémiotique sociale et elle examine les différents points soulevés par la recherche. Le document fournit des informations utiles dans le concept de multimodalité et on y analyse le rôle du visuel dans la traduction de publicités imprimées et d'autres textes imprimés.

Riitta Oittinen établit dans « From Thumbelina to Winnie-the-Pooh : Pictures, Words and Sounds in Translation » de nouvelles conceptions de la traduction en termes de processus de la façon dont les images, les mots, les sons et le langage du corps en interaction dans des films et des livres d'images. Elle explore également les transformations entraînées par les histoires à raconter. Le concept de l'éducation sur les médias est également réévalué à la lumière de la modernité de la formation et du traducteur à l'égard de sa tâche de placer les articles dans le temps et dans l'espace. Le corpus est constitué de différents récits des histoires de HC Andersen et de Disney qui sont analysés en tant qu'expériences complexes à la fois pour le traducteur et pour le public.

La sixième chronique, « Illustrations and Ambiguity in Eighteen Illustrated Translations of Hans Christian Andersen's " The Steadfast Tin Soldier " » examine dix-huit traductions de ce conte, qui sont comparés les uns aux autres en termes d'ambiguïté entraînée par les illustrations qui accompagnent les versions écrites. Cecilia Alvstad, l'auteure de cet article, pèse toutes les différences dans la communication verbale et visuelle de textes et elle décrit quatre grandes tendances. Elle révèle aussi une série d'éléments intéressants qui ne sont pas abordés dans son article, mais qui représentent des défis importants pour tout spécialiste dans le domaine : les différences entre les publics cibles, les différences entre les lecteurs enfants et les lecteurs adultes (la façon dont ils lisent les illustrations), les relations intertextuelles entre les différentes séries d'illustrations.

Le livre d'illustrations représente aussi le thème de l'article de Nilce M. Pereira, intitulé « Book Illustration as (Intersemiotic) Translation: Pictures Translating Words ». L'auteur présente une étude complète sur les théories de la traduction et il se propose d'analyser les illustrations au moyen des mêmes outils que ceux utilisés dans le cas des traductions verbales interlinguales. Trois méthodes fondamentales pour la traduction des textes à l'aide des illustrations sont présentées dans la deuxième partie de l'article : en reproduisant les éléments

textuels littéralement dans l'image, en mettant l'accent sur un élément narratif et en adaptant les images à une certaine idéologie ou courant artistique. L'auteur souligne à juste titre le pouvoir de manipulation que les illustrations sont investies et de leur rôle « comme éléments clés à la réception de l'œuvre littéraire. » (p. 117).

« Visuelle Komik : Sprache, Bild und Typographie in der Übersetzung von Comics », le huitième article de ce numéro de la revue *Meta* est écrit par Klaus Kaindl. Il essaie l'identification des différents sous-genres de la BD. Il présente les catégories et les relations de « l'humour » et de la « bande dessinée ». Le concept de l'humour est traité sur la base des observations faites après l'examen des bandes dessinées *Astérix ou Tintin* en faisant référence à la dimension graphique et visuelle.

Dans « Contextualising Disney Comics within the Arab Culture » les BD de Disney sont abordées en termes de techniques utilisées par les traducteurs arabes afin de les adapter aux particularités culturelles du monde musulman. Le corpus est composé de 108 histoires comiques de Disney et de leurs traductions en arabe. Jehan Zitawi, l'auteur, invoque plusieurs stratégies contextuelles qu'il a établies après un examen attentif des corpus étudiés : la réorganisation, l'ajout, la répétition, la manipulation visuelle, l'omission, l'explicitation. En outre, il vise à examiner les effets des stratégies de traduction en arabe, sur les textes cibles. Une des conclusions que l'auteur arrive à des sons très menaçants, c'est-à-dire « la traduction a la capacité de transformer de manière significative des histoires comiques et des personnages » (p. 151).

La communication et la documentation techniques ainsi que la question de l'interculturalité qu'ils véhiculent, sont traitées dans l'article « Visual Aspects of Intercultural Technical Communication : A Cognitive Scientific and Semiotic Point of View » à partir d'une perspective cognitive. Les problèmes dérivent de la complexité de la traduction technique, qui est augmentée par l'utilisation des technologies modernes. Le document propose une classification détaillée des formes non verbales de représentation qui se trouvent actuellement dans la documentation technique. Les auteurs analysent de nombreux éléments d'épreuves rassemblés dans une agence de traduction, sur une longue période de temps. Dans leurs recherches, ils visent à attirer l'attention sur le fait que le rôle de l'aspect visuel est bien plus important qu'il a été précédemment estimé. Les données empiriques, mais fiables, qui sont prises en considération dans cet article, soutiennent les recommandations des auteurs concernant la formation des traducteurs et des spécialistes en techniques de communication.

La chronique suivante intitulée « In Gutenbergs Fußstapfen : Translatio typographica Zum Verhältnis von Typografie und Translation » réévalue l'importance de la typographie, qui est appréhendée comme un phénomène sémiotique. L'auteur insiste sur la nécessité de l'examen de la typographie en faisant référence à l'aspect visuel d'un texte, car tous les textes font partie d'un « réseau textuel bi-ou même multi-codée » (p. 167).

Dans « In and Off the Show : Co-constructing "invisibility" in an Interpreter-Mediated Talk Show Interview » Cecilia Wadensjo met en avant le problème de l'invisibilité de l'interprète dans les talk-shows et des interviews car « ils effectuent des actions qui restent inaperçues par les parties qui y assistent » (p. 199). Sa recherche est soutenue par des éléments de preuve recueillis à partir de véritables interviews talk-show. L'interaction de l'interprète avec les autres principaux participants à tout type d'événement médiatique similaire est rigoureusement analysée en termes de situation ou contexte de lecture et de comportement communicatif.

Le même domaine de l'interprétation simultanée est abordé dans le treizième papier « Visual Input in Simultaneous Interpreting » écrit par Sylvie Rennert, un interprète autrichien indépendant. Elle commence à partir de l'hypothèse que le contact visuel, comme une forme de communication non verbale, lors du processus de l'interprétation simultanée, peut ajouter des informations fiables et utiles au message oral. L'article propose un nouveau regard sur l'utilisation appropriée des types différents de communication non verbale et visuelle de leur pertinence pour l'interprétation difficile dans la salle de conférence. L'auteur recommande vivement l'utilisation de la langue, du paralinguage et des kinésiques pendant le processus d'interprétation.

« Translating Tea : On the Semiotics of Interlingual Practice in the Hong Kong Museum of Tea Ware », le dernier article présenté dans ce numéro de *Meta* introduit la question de la traduction interlinguale étudiée dans le *Hong Kong Museum of Tea Ware* qui est perçu comme un environnement extrêmement complexe, où la sémiotique visuelle, verbale et spatiale interagissent et influent sur la production des textes cibles en anglais. Certaines observations relatives à ce document de recherche, bien évidemment, se réfèrent strictement à la situation particulière de ce musée thématique chinois, mais le cadre d'analyse proposé ici peut être très largement appliqué à n'importe quel environnement similaire en termes de degré dans lequel les interactions entre le verbal et le visuel favorisent le mode de lecture syntagmatique ou paradigmatique.

Ce numéro, comme toutes les autres éditions du prestigieux *Journal des traducteurs* canadien, présente des études scientifiques qui posent des défis à tout spécialiste dans le domaine. Leur lecture représente pour les traducteurs et les interprètes, pour les praticiens ou les chercheurs une source précieuse d'informations, ainsi que pour tous ceux qui explorent le domaine fascinant de la traduction. Tous les documents inclus dans ce dossier semblent couvrir les paroles de Stephen W. Hawking dans l'extrait cité sur la couverture arrière: « Une théorie est une bonne théorie, si elle remplit deux conditions : elle doit décrire avec précision une large classe d'observations sur la base d'un modèle qui contient quelques éléments arbitraires et elle doit faire des prévisions précises sur les résultats des futures observations. » (1988, *A Brief History of Time*, New York, Bantam, p. 9).