Date de publication Lundi 10 septembre 2007 à 23:53:24 **par** colok
Catégorie Traductions

Traduction ou copywriting ?

- Existe-t-il une différence entre services de traduction et services de copywriting ? - L'agence de traduction professionnelle est-elle en mesure de fournir des textes traduits et adaptés ? - Quelles sont les attentes et exigences des entreprises cliente des agences de traduction ? Réflexions sur les devoirs et compétences des traducteurs professionnels

Titulaire d'un doctorat en langues étrangères (français et anglais) et de langue maternelle italienne, mon parcours professionnel m'a d'abord porté à être rédacteur auprès d'une agence de communication basée à Milan, et je suis aujourd'hui chef de projet au sein d'une société de traduction française pour coordonner les projets de traduction des grands comptes. Au fil du temps et des projets, je me suis rendue compte de l'écart entre les attentes du client et le niveau de qualité fourni par certains traducteurs. Pour être plus explicite : à chaque fois que je dois rechercher des nouveaux traducteurs pour augmenter la capacité de production de notre agence de traduction, ma première tâche consiste à sélectionner parmi les candidatures reçues les profils de traducteurs correspondant à des critères préalablement définis. Après analyse des divers CV, je demande ensuite aux candidats retenus de bien vouloir réaliser une traduction d'essai spécifique à chaque domaine de spécialisation. Dès réception du texte traduit (envoyé dans les 24 heures ouvrées pour tester la capacité de l'auteur à travailler dans des délais serrés), notre cellule de contrôle qualité procède à son évaluation. Ce test constitue la première étape du processus de recrutement de notre agence de traduction. Ensuite, leurs travaux sont contrôlés par nos relecteurs experts avant leurs envois aux clients. Et j'en arrive au coeur de ma réflexion : malheureusement, l'expérience démontre souvent que le nouveau collaborateur néophyte ne remplisse pas pleinement sa mission. Voyons pourquoi et surtout pour quels types de traduction. Les traductions concernées relèvent souvent du langage marketing et commercial, indifféremment du secteur, qu'il soit informatique, technique, financier, touristique ou culturel. Dès qu'il s'agit d'interpréter, de reformuler et d'adapter stylistiquement parlant des concepts d'une langue étrangère vers sa propre langue maternelle, une grande partie des traducteurs, même si chevronnés, se trouvent en grande difficulté, fournissent une traduction trop littérale et se réfugient dans l'alibi d'avoir été fidèle au texte d'origine et ainsi d'avoir satisfait le principe même de la traduction. Cette éventualité s'avère souvent avec les traducteurs ayant reçus une formation spécifique à cette profession et plus rarement avec les traducteurs qui connaissent les langues étrangères par un autre biais que les études linguistiques. Et pourquoi cette tendance ? A mon avis, cette attitude dérive de l'enseignement reçu. Les professeurs de cette discipline offrent aux étudiants une formation trop académique, qui dévoile l'herméticité entre le monde de l'éducation et celui du travail. Les étudiants ont appris la traduction littérale alors que la majeure partie des demandes professionnelles requiert une traduction qui doit, au contraire, être un

exercice libre et créatif, proche de l'interprétation. En effet, il ne s'agit pas de réaliser une transposition telle un -miroir' (verbosité, phrases longues, lourdes et parfois pourvues de sens), mais de transmettre fidèlement un message, rédigé dans une langue et rendu avec précision dans une autre. L'étudiant, après avoir obtenu son diplôme, perçoit la traduction comme l'exacte reproduction et transcription d'une séquence de termes d'une langue à une autre. Pour lui, la traduction correcte, même si -améliorable', ne doit pas contenir d'erreurs d'interprétation terminologique, de contresens, d'erreurs d'orthographe, etc. ; ainsi l'aspect de fluidité du texte et efficacité de la communication est relégué au second plan. Cette rigidité laisse peu d'espace à l'élaboration personnelle, à l'esprit critique lié à la sensibilité linguistique d'une personne de langue maternelle, qui doit, pour des raisons de communication et de style, modifier certains termes et voire même reformuler complètement une phrase ou un paragraphe. Ainsi, il m'est arrivé récemment de réviser une traduction, pourtant réalisée par un auteur aux talents prometteurs, linguistiquement correcte mais stylistiquement inadéquate aux attentes du client et inutilisable à des fins commerciales. J'ai relu, corrigé et reformulé la majeure partie du texte en renvoyant le nouveau document au traducteur pour information ; la personne m'a tout simplement répondu que je lui avais commandé un service de traduction et non de copywriting. Or, selon mon expérience professionnelle, fournir des traductions de qualité implique souvent une optimisation linguistique, une sorte de copy-editing-adaptation des textes ; il ne faut pas se limiter à une simple transposition de la signification des termes entre deux langues en maintenant rigoureusement identique la syntaxe de la phrase. Un tel service de traduction ne répondrait pas aux attentes des clients qui trouveraient les traductions de ce type inexploitables, et réagiraient avec des commentaires du type: « la traduction est trop littérale, est réalisée -mot à mot', sans respecter le sens de la langue de destination... elle n'est donc pas utilisable et ne correspond pas à la prestation commandée, etc., etc.. » Aussi, existe-t-il une frontière bien délimitée entre traduction et copywriting ? Comment est-il possible de remédier à ce problème ? Les traducteurs experts, ayant eu un parcours professionnel en entreprise, la connaissent très bien et savent comment traiter les documents qui leur sont confiés. Avec ce type de profil, il n'y pas d'équivoque possible. Les textes traduits sont satisfaisants et facilement personnalisables par le client. Les quelques corrections apportées relèvent souvent de choix personnels ou du jargon spécifique à l'entreprise cliente. Mais quels conseils donner aux nouveaux étudiants qui doivent s'insérer dans le monde du travail ? Pour réaliser une bonne traduction, il faut être : 1) clair 2) cohérent et comme m'avait enseigné, il y a déjà bon nombre d'années, un expert en communication, à qui je dois une sorte d'illumination dans l'exercice de notre profession : « il faut rendre des textes fluides, le secret est de ne jamais faire retourner le relecteur sur le texte d'origine, en lui faisant surgir le doute avec une phrase peu claire et mal formulée Euro en somme, bien écrire et avoir une bonne prose, telle est la vraie recette !" Je le remercierai toujours pour ce conseil qui à mon avis est la clé de la bonne traduction. Elisabetta Bertinotti

Billet issu du site internet Colok Traductions:
https://www.colok-traductions.com

URL du billet
https://www.colok-traductions.com/index.php?op=billet&bid=857