



www.dialogism.org

Lucie Antoniol
rue de la gare 9
6960 Dochamps

084 457753
0495 406994

lucie.antoniol@gmail.com

Dochamps, le23 mai 2013.

Colloque en traduction du 2 au 4 mai 2013 : **Expliciter /Impliciter.**
L'équilibriste transculturel.

Témoignage et interrogations d'une traductrice accidentelle.

Philosophe de formation et praticienne de la philo par vocation, depuis quelques années, j'offre aussi un service de traduction et de cours privés de français «sur mesure » aux Nederwalen : les Hollandais établis en Ardenne. Il s'agit principalement de retraités en quête d'espace verts et de terrains à bâtir moins chers qu'aux Pays-Bas, mais aussi d'autres expatriés actifs, dont de nombreux entrepreneurs dans le secteur du tourisme : horeca, gîtes, parcs de sports d'aventure, campings, manèges, etc. Les deux catégories ne sont pas mutuellement exclusives. Ces expatriés disposent (ou disposaient) d'un journal le Nederwalen Courant. Ils organisaient épisodiquement des petites fêtes et des rallyes, pour Koninginnendag ou Sinterklaas pakjesavond. Les petites annonces du journal leur permettent de trouver du personnel bilingue dans un mini réseau local d'expatriés ou de vendre et acheter d'occasion en négociant dans le confort de leur langue.

Comme la clientèle des gîtes et des hôtels est principalement néerlandophone, la pratique du français peut rester longtemps sous-développée et constituer un frein à l'intégration dans la population ardennaise qui n'est pas spécialement polyglotte. Cependant, les Nederwalen ont besoin du français dans leurs contacts avec le personnel des écoles où ils inscrivent leurs enfants, avec l'administration communale, avec les banques, les notaires et les assurances, avec les mutuelles, les médecins et les hôpitaux.

Leur communication est de plus légèrement handicapée par la culture de la communication directe (Botte Nederlanders) qui les fait passer pour des gens agressifs et irrespectueux. Alors que le Flamand et le Wallon ont ceci en commun qu'ils sont diplomates et obséquieux au point de dire poliment « Oui » à une proposition de collaboration, quitte à laisser l'affaire sans suite, quand ils pensent réellement « Non, je n'ai pas de temps pour cela. », l'entrepreneur Nederwaal vous dira tout de suite franchement « Ca ne m'intéresse pas. » et ne vous fera pas perdre de temps.

Les formules de politesse plus compliquées et plus formelles en français et la connaissance implicite

des occasions d'utiliser quelles formules et quel niveau de langue dans quelles circonstances et avec quelles personnes laissent la plupart des Nederwalen perplexes.

Dans la langue néerlandaise (à la différence du Flamand où l'usage du « U » est courant,) les locuteurs généralisent très vite l'usage du « je » et les lettres et emails se terminent par des « Groeten » ou « m.v.g. » aussi efficaces et économiques que simplement amicaux. Les Nederwalen ne font pas de chichis en affaire et un rendez-vous est un rendez-vous (Afspraak is afspraak) et tout accord pris même verbalement doit être respecté et ne peut pas être modifié à la dernière minute au gré des circonstances. On ne peut pas en dire autant de leurs hôtes belges, qu'ils soient Wallons ou Flamands.

Le rôle du traducteur, celui du coach linguistique aussi, (et celui de l'interprète, que je connais moins) dans ce contexte devient un rôle de guide, de médiateur socio-culturel et de co-négociateur d'affaire. Par exemple, le traducteur doit savoir comment présenter une requête de la manière la plus diplomatique et respectueuse de la hiérarchie possible, là où le texte source du client déclare simplement ce qui sera le cas ou bien ce qu'il veut voir advenir.

Par exemple, déclarer : « Mes enfants ne seront pas en classe les deux premières semaines de janvier », et ceci non pas exceptionnellement, mais chaque année : « C'est le seul moment où nous pouvons prendre nos congés Horeca et visiter notre famille aux Pays-Bas », le formuler comme cela, c'est évidemment, un des meilleurs moyens de vous mettre un directeur d'école à dos. Ne vaudrait-il pas mieux d'abord se renseigner sur les règlements et montrer son intention de les respecter, si pas à la lettre du moins dans leur esprit, avant de s'enquérir d'un moyen imaginable de trouver un arrangement à l'amiable ? « Non, non », proteste la cliente, « Je ne veux pas d'une entourloupe. Je veux négocier, avec le ministre de l'enseignement, s'il le faut, pour que nos besoins soient pris en compte. »

De même, démarcher la police locale, pour obtenir le placement de panneaux de limitation de vitesse dans une rue villageoise où jouent des enfants, ne se fait peut-être pas aussi facilement et aussi efficacement que cela en Ardenne, sans une connaissance approfondie des rapports entre les élus locaux et la police et une connaissance fine des compétences communales, régionales ou provinciales respectives, et des compétences de la zone de police Famenne-Ardenne. Rien n'est aussi simple qu'il ne peut le paraître à l'œil de l'étranger batave, qui est toujours prêt à suggérer une *meilleure* manière de faire les choses.

« Let's make things better » n'est pas pour rien le slogan de la firme Phillips. Il représente bien l'attitude aux manches retroussées, la passion de l'efficacité pratique, la mentalité néerlandaise de l'ingénierie de l'amélioration perpétuelle de la nature des choses. On ne se contente pas de contourner un obstacle de la nature, on transforme littéralement le paysage à son usage.

Aux Pays-Bas, il s'agissait là d'une question de survie. Puisque depuis des siècles le pays lutte contre la mer pour gagner du terrain. Une fois établi en Ardenne, le Hollandais ne perd pas si vite le goût du « hard landscaping » et trouve tout naturel de dominer et de transformer la nature selon ses désirs. Ceci n'est pas, cependant, du goût de l'Ardennais, respectueux des traditions et des vestiges historiques en tout genre qui parsèment et fertilisent son terroir et lui donnent son air romantique et parfois boudeur.

Je voudrais mentionner aussi les « faux amis » culturels des Hollandais. Un préjugé répandu parmi les nouveaux Nederwalen est le suivant : « Parce qu'ils partagent la même langue, nos voisins les Belges sont comme nous. Et cette minorité de Belges qui parlent français ? Ils sont comme nous aussi, à part la langue... » En fait, il y a plus de points communs entre un Flamand et un Wallon qu'entre un Flamand et un Hollandais. (Prenez-en de la graine, politiciens de Belgique, vous qui tentez de nous diviser pour mieux nous gérer !) Mais ça veut dire quoi « comme nous » ? L'expatrié néerlandais ne dispose habituellement pas d'une connaissance consciente et explicite de son identité culturelle.

Quel est dès lors le rôle d'une traductrice dans ce contexte que je viens d'esquisser ?

L'hypothèse que je voudrais avancer ici et sur laquelle je suis curieuse de connaître votre avis est la suivante. Puisqu'une analyse syntaxique et pragmatique du texte à traduire ne suffit pas, le client s'attend à ce que la traductrice, dans ce contexte, joue un rôle de médiatrice interculturelle, mais aussi un rôle de miroir, de révélatrice, d'accoucheuse d'idées.

Sa connaissance de la pragmatique sert de guide à une autre analyse, une analyse logique de la communication et celle-ci à son tour sert de guide à une analyse philosophique de l'inter-culturalité.

Pourtant cette hypothèse soulève chez moi un certain malaise. Je voudrais éviter le paternalisme vis-à-vis du client. « Je vais vous montrer comment on s'y prend en Wallonie. » D'autant plus que je ne veux pas me poser en tant que l'experte de la Wallonie ou du transculturel que je ne suis pas. Je ne me fais aucune illusion quant à une soi-disant neutralité scientifique : je suis à la solde de mon client pour qu'il obtienne, grâce aux lettres que je traduis, ce dont il estime avoir besoin.

Qu'est-ce que je fais là ? De la traduction ou de la médiation ? Est-ce que je le fais bien ? Est-ce que je fais bien de le faire ? Est-ce que je le fais au juste prix ? (Dix cent le mot, n'est-ce pas trop peu pour le travail de médiation commerciale ? et pour celui de connaissance de soi ?)

Essayons ensemble de repérer les concepts clés à l'œuvre chez les clients Nederwalen que j'ai caricaturés ici. Rapport à Soi /à l'Autre, Rapport au monde, Rapport à la nature, Sens de l'adaptation monde/ soi, Domination Contrôle. Solutions technologiques. Autant de sources de problèmes éthiques. Le client est, semble-t-il, satisfait. L'un d'eux écrit la recommandation suivante: « We are very satisfied with the urgency she takes into account when taking care of our translations requests. Moreover, her translations perfectly match the attitude and feeling we would like to express, both in private and business communications. » Mais l'ambiguïté reste entière ici. Ai-je bien exprimé son attitude et sa « Dutchitude » en lui en laissant toute la responsabilité ou bien ai-je pris sur moi la responsabilité de bien la transposer en une attitude culturellement efficiente, en une approche de la « Wallitude »?

Quel est l'élément socratique dans ma méthode de travail? Le rôle du traducteur socratique consiste à mettre en route chez le client un processus long et difficile de connaissance de soi, un processus d'abstraction à travers le quel tel ou tel élément culturel devient de plus en plus conscient. Une vision du monde et une attitude par rapport au monde et aux autres qui était inconsciente et implicite dans la formulation du texte de départ, devenue explicite dans une traduction littérale, est potentiellement une source de conflit ou de déception. Peut-elle se manifester telle quelle dans une autre langue et culture? Certains éléments doivent-ils être gommés, dissimulés ou rendus implicites, au niveau de l'expression linguistique? Dans quel but ? Les contenus de ces textes à traduire ont souvent pour but d'obtenir un certain résultat, une action, un changement, une amélioration.

Il y a un sens dans lequel le client sait ce qu'il veut (dans les cas particuliers) et un autre sens dans lequel il ne le sait pas (transformer le monde). Le traducteur socratique adopte (contraint et forcé ?) une posture d'agent-double. Certes, son rôle est d'aider le client à obtenir le résultat visé, dans les cas particuliers, mais la prise de conscience de l'attitude et de la vision du monde qui se révèlent dans ce que veut le client, va avoir un effet en retour sur celui-ci: petit à petit, elle va le transformer, le changer, lui faire prendre du recul culturellement. Si la relation entre le traducteur et son client, s'établit dans la durée, on peut l'espérer. Sinon, tout ceci ne reste qu'une vaine illusion de philosophe.

Lucie Antoniol