

Méthodes pour exploiter le multilinguisme

Auteurs: groupe de travail « Babelingo » et Antje Schwarzmeier / traduit par Katharina Herrmann et Aurore Visée

Le multilinguisme est un acte de communication quotidien : les jeunes issus de l'immigration grandissent dans un environnement bilingue et développent ainsi leur propre langage (par ex. les Turcs habitant en Allemagne parlent le « kanak »), et nous employons tous les jours des anglicismes venant de la musique pop et de l'informatique.

Pourtant, la plupart des émissions radio que diffusent les radios publiques ou privées/commerciales sont monolingues.

Quant aux radios communautaires, elles diffusent depuis longtemps en plusieurs langues; souvent car elles ressentent le besoin de refléter leur réalité linguistique dans leur émission. C'est aussi un moyen de toucher un plus large public.

Pour qu'une émission soit agréable à écouter, la forme sous laquelle ou la manière dont elle est diffusée doit correspondre à son contenu. Par exemple, pour restituer des propos en détails, on traduira littéralement tandis que les méthodes plus expérimentales privilégient les associations d'idées.

Le groupe de travail « Babelingo » a développé des méthodes pour exploiter le multilinguisme (cfr. <http://www.babelingo.net>). Le docteur Brigitta Busch de l'université de Klagenfurt a publié les résultats de ses recherches à ce propos. Les méthodes présentées ci-après s'inspirent du travail du groupe « Babelingo », qui a également participé au projet « Inter Media-Module II: « Methods of multilingual Programming ».

Méthodes pour exploiter le multilinguisme

Traduire littéralement

Tout ce qui est dit est ensuite traduit dans une autre langue. La traduction est donc très précise. Toutefois, cette méthode prend beaucoup de temps et peut être ennuyante et fatigante pour les auditeurs qui soit entendent deux fois la même chose soit doivent attendre longtemps la traduction.

Quand employer cette méthode?: La traduction littérale est appropriée pour restituer fidèlement des informations dans une autre langue, par exemple un journal parlé ou des informations très denses. Les passages ne doivent pas être trop longs. En outre, les auditeurs sont plus attentifs si l'on passe souvent d'une langue à l'autre. La traduction littérale se prête bien à des contextes interculturels lorsqu'on souhaite donner la parole à tous les interlocuteurs.

Résumer

On peut résumer le contenu de longs passages dans une ou plusieurs langues. Cette méthode s'apparente à la traduction littérale car de longs passages dans une langue se succèdent. Selon le contexte et les besoins le résumé est plus ou moins détaillé.

Comment utiliser cette méthode?: Animer à deux une émission bilingue. Pour ce faire, les deux animateurs doivent parler les deux langues.

Cette méthode se prête bien aux interviews en direct: l'animateur pose une question dans les deux langues et son invité répond dans sa langue. Ensuite, l'animateur résume la réponse dans l'autre langue. Cette méthode rend l'émission très vivante, surtout en direct.

Reformuler et construire des “ponts linguistiques”

Ici, l’objectif n’est pas de traduire mais bien de transmettre des contenus et des propos d’une langue à une autre. Cela peut se faire par exemple par une question introductive ou un bref résumé. Ainsi, on construit pour les auditeurs des ponts imaginaires d’une langue à une autre. Pour ce faire, les animateurs (mais pas obligatoirement les auditeurs) doivent comprendre toutes les langues qui sont parlées. L’équipe doit donc être soudée et pouvoir facilement passer d’une langue à l’autre. Cette méthode est largement répandue dans certaines régions d’Afrique dont les habitants parlent plusieurs langues au quotidien. Cette méthode est très vivante et rend l’écoute agréable. Les auditeurs qui ne comprennent qu’une seule langue peuvent suivre l’émission même s’ils ne comprennent pas tout. Toutefois, il faut veiller à transmettre toutes les informations essentielles dans l’autre langue.

Comment utiliser cette méthode?: En animant une émission à deux ou lors de débats en direct. Par exemple, pour que l’émission reste intéressante pour les auditeurs qui ne comprennent qu’une langue, l’animatrice Betty va répéter les propos de son invité. Par exemple: « Les motivations qui poussent nos invités à faire de la radio sont multiples. Monsieur X, quel public souhaitez-vous toucher? »



Le “turn-taking”: la présence permanente de plusieurs langues

Le “turn-taking” signifie que deux langues sont parlées tour à tour, les animateurs devant veiller à préserver un équilibre entre les deux langues. Le concept de l’émission est donc d’employer différentes langues sans pour autant traduire, résumer ou établir des liens entre les langues. Il se peut qu’à certains moments les auditeurs ne comprennent rien tandis que d’autres parties de l’émission se font dans toutes les langues, par exemple lorsqu’on parle des événements culturels ou autres manifestations à venir. On peut également parler les deux langues simultanément.





Comment utiliser cette méthode?: On peut utiliser cette méthode régulièrement surtout dans des émissions destinées à des auditeurs comprenant plus ou moins bien les deux langues. Dans ce cas, il n'est plus nécessaire de retransmettre le sens de ce qui a été dit lorsqu'on passe d'une langue à l'autre. Cette méthode se prête bien aux pays ou régions multilingues ou encore au sein de communautés d'immigrés. Par exemple, un match de football est retransmis en direct et commenté par deux animateurs parlant des langues différentes. De temps en temps, les commentateurs dialoguent et se réfèrent à ce que dit l'autre. Pendant les temps forts du match, chacun commente dans sa propre langue, parfois même simultanément.

On peut également utiliser de la musique, des sons ou des montages accessibles à tous les auditeurs et ne requérant pas de connaissances linguistiques particulières.

Jeux linguistiques et art poétique

Ici, c'est l'expérimentation et non plus l'information qui joue le plus grand rôle. La langue sert alors d'instrument de création artistique et expérimentale qui bouscule, révèle et élargit nos habitudes auditives. Il en résulte de nouvelles dimensions sonores, de nouvelles manières d'exploiter le multilinguisme et même de nouvelles langues.

Comment utiliser cette méthode?: En mixant, dans des pièces radiophoniques.

Présence symbolique d'une langue

On entend par là de courtes excursions linguistiques dans une ou plusieurs langues.

L'objectif n'est pas de transmettre un contenu dans une autre langue. C'est la présence-même de l'autre langue qui représente le contenu : par exemple en faisant référence à la langue parlée par la majorité des habitants du pays depuis lequel l'émission est diffusée, ou encore en saluant les auditeurs qui parlent cette langue. Ainsi, les animateurs montrent qui ils sont et quelle est leur origine culturelle.

Comment utiliser cette méthode?: En saluant ou prenant congé de ses auditeurs, surtout dans des animations.

Le « code-switching » et le « language-hopping »

Il s'agit ici de la présence symbolique des langues dans des émissions monolingues.

Le «code-switching » et le « language-hopping » ont souvent lieu inconsciemment.

Le « language-hopping » signifie le passage soudain et souvent inconscient d'une langue à une autre, sans passer par une traduction. Par exemple, suite à un coup de téléphone ou à l'arrivée d'un invité en studio ou bien le speaker passe à une autre langue car il connaît certains termes uniquement dans cette langue.

Le «code-switching » désigne l'emploi inconscient et quotidien de termes spécialisés ou d'expressions dans une autre langue ou de l'argot.

Cette méthode est souvent employée dans des émissions d'immigrés de la deuxième génération qui ont grandi dans un environnement bilingue et passent souvent d'une langue à l'autre sans s'en rendre compte.

Lors d'une émission où les auditeurs peuvent téléphoner, on parlera la langue de son interlocuteur ; dans une émission musicale, on citera les titres et les termes propres à cette musique dans la langue de laquelle ils proviennent (en espagnol, s'il est question de flamenco, en anglais pour le blues etc.).

Le voice over

Le voice over est une forme de montage de traductions littérales et de passages d'interview utilisée en préproduction. On passe le début de l'interview, ensuite on continue d'entendre l'interview en arrière-plan et on passe la traduction par dessus. Cela sonne très bien mais la langue qu'on entend domine la deuxième langue qui n'est là que symboliquement.

Lors du montage, les interviews témoignent du fait que la conversation a vraiment eu lieu. De plus, le fond sonore révèle des informations sur le contenu émotionnel de ce qui est dit, la voix du speaker et l'ambiance de l'entretien.

Comment utiliser cette méthode? Dans des montages ou passages monolingues, dans lesquels on passe des interviews dans d'autres langues.

Comment utiliser cette méthode?

Dans des montages ou passages monolingues, dans lesquels on passe des interviews dans d'autres langues.