



ISSN 1724-0700

ISSN en ligne 2260-8087

## Traduire à l'heure de la mondialisation : localisation de l'information et idéologie

**Lorenzo Devilla**

Université de Sassari, Italie

[ldevilla@uniss.it](mailto:ldevilla@uniss.it)

Reçu le 03-06-2016 / Évalué le 13-06-2016 / Accepté le 12/09/2016

### Résumé

L'une des retombées linguistiques de la mondialisation est sans aucun doute la domination de l'anglais. L'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication a en revanche contribué au développement du multilinguisme sur Internet avec une baisse de la présence de l'anglais. Pour diffuser l'information à un large public, il faut communiquer en plusieurs langues car les gens préfèrent accéder à l'information dans leur propre langue. Les médias l'ont compris et ont commencé à décliner l'information en plusieurs langues, autrement dit à localiser, adoptant une stratégie déjà utilisée dans le domaine des affaires pour l'adaptation d'un même produit à différents marchés. L'information fait ainsi l'objet d'une domestication pour correspondre davantage aux attentes du lecteur cible. Cet article va donc se pencher sur le rôle de la traduction dans le monde de l'information globale ainsi que sur les stratégies de localisation observées. D'autre part, on analysera l'impact sur la traduction du positionnement politique et idéologique de ces médiateurs langagiers particuliers que deviennent les journalistes dans la production et la diffusion de l'information, notamment dans des contextes géopolitiques tendus.

**Mots-clés :** mondialisation, information, traduction, localisation, idéologie

### Tradurre in un mondo globalizzato: la localizzazione dell'informazione e l'ideologia

#### Riassunto

Una delle conseguenze linguistiche della globalizzazione è senza dubbio la posizione dominante dell'inglese come *lingua franca*. L'avvento delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione ha però contribuito alla diffusione su Internet del multilinguismo con conseguente diminuzione della presenza dell'inglese. La circolazione delle informazioni in un mondo globalizzato avviene attraverso la traduzione delle stesse in diverse lingue. I media internazionali adottano in effetti il modello della localizzazione, già presente in ambito economico. L'informazione viene pertanto adattata in modo da corrispondere maggiormente alle attese del lettore target. L'articolo si soffermerà quindi sul ruolo della traduzione nel mondo dell'informazione globale e sulle strategie di localizzazione intraprese. Verrà inoltre indagato l'impatto sulla traduzione del posizionamento politico e ideologico di mediatori linguistici particolari quali diventano i giornalisti nella produzione e diffusione dell'informazione, in particolare in contesti geopolitici complessi.

**Parole chiave:** globalizzazione, informazione, traduzione, localizzazione, ideologia

## Translating in a globalized world: information localization and ideology

### Abstract

One of the consequences of globalization is undoubtedly the dominant position of English as a lingua franca. However, the development of communication and information technologies has contributed to the growth of a multilingual Internet. The flow of information in a global world is characterized by the translation of news in different languages. The international media opt for the localization model used in the field of economics. Information is adapted, *domesticated*, in order to better correspond to a target audience's expectations. This article will therefore analyze the role of translation in the field of global news and the different strategies of localization. We will also study the impact on translation of the ideological and political views of particular linguistic mediators such as journalists in the production and circulation of information, especially in complex geopolitical situations.

**Keywords:** globalization, information, translation, localization, ideology

### Introduction

Les flux de traductions montrent une des conséquences linguistiques de la mondialisation : la domination de l'anglais, langue « hypercentrale », selon le modèle gravitationnel élaboré par Calvet, entourée d'une dizaine de langues « supercentrales », entre autres espagnol, français, hindi, arabe, malais (Calvet, 2007). Mais en même temps l'émergence d'indications du type « traduit de l'espagnol argentin », « de l'anglais australien », donne à voir aussi une autre retombée de cette mondialisation, cette fois embryonnaire et en filigrane, à savoir « le possible éclatement, à terme, des langues du centre, au profit d'autres à venir » (Ibidem : 56).

D'autre part, une donnée de fait de la mondialisation est le développement du multilinguisme sur Internet : la présence de l'anglais y est en effet passée de 51% en 2000 à 32% en 2005 pour se situer en dessous de la barre des 30% en mai 2011, cette baisse ne faisant que s'accroître (Oustinoff, 2012). On a ainsi assisté d'abord à une phase de « rebabélisation » d'Internet ; aujourd'hui, le recours à la traduction constitue en revanche la nouvelle donne. Nous sommes en effet confrontés à la multiplication de sites se traduisant dans le maximum de langues possibles (*Idem*). Ce qui permet à Oustinoff (*Ibidem* : 129) d'affirmer que « la langue du cyberspace, c'est la traduction », reprenant donc à son compte la célèbre formule d'Umberto Eco « la lingua dell'Europa è la traduzione » (« la langue de l'Europe, c'est la traduction »). L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTICs), la montée en puissance des BRICS - acronyme anglais

pour indiquer un groupe de cinq pays : Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud - ainsi que l'entrée dans un « monde post-américain » font désormais de la diversité linguistique un enjeu central de la mondialisation, rendant ainsi obsolète le modèle dominant du « tout-anglais » (Oustinoff, 2013). Dans l'internet, les langues se comptent par centaines, sans oublier la blogosphère et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) (*Idem*). Pour diffuser l'information à un large public, il faut communiquer en plusieurs langues car les lecteurs préfèrent accéder à l'information dans leur propre langue (Bielsa, Bassnett, 2009 : 31). Les médias qui l'ont compris se sont mis à se décliner en plusieurs langues au lieu de se cantonner à l'anglais, autrement dit à se « localiser » (Oustinoff, 2012 : 129).

Dans cet article, nous envisagerons quels sont les enjeux de la localisation de l'information dans un monde globalisé et nous nous interrogerons sur le rôle de la traduction dans les pratiques médiatiques. En effet, même si les journalistes ne s'estiment pas traducteurs, la traduction est bien présente dans la production et la transmission des informations internationales, comme l'illustre l'ouvrage de Bielsa et Bassnett (2009), une des références sur les relations entre traduction, mondialisation et médias internationaux d'information (Katan, 2014). Dans ce domaine particulier, quel est l'impact sur la traduction du positionnement politique ou idéologique de ces médiateurs langagiers ? Archibald et Garzone (2014) soulignent, à juste titre, que la personnalité du traducteur entre en compte lors de la médiation car l'opération de décodage et d'encodage laisse place à la manipulation et au transfert, conscient ou inconscient, de l'idéologie du traducteur. Comme nous allons le voir, dans les situations où « l'enjeu politique de l'interaction culturelle est prégnant, où la conflictualité domine les relations entre les groupes et les États, *la traduction devient géopolitique* » (Guidère, 2015 : 7). En effet, dans un contexte géopolitique tendu, le traducteur ne saurait négliger le poids des mots qu'il emploie pour faire passer l'information d'une aire linguistique et culturelle à une autre.

## 1. Localisation de l'information

L'information en ligne est hiérarchisée de manière automatique à travers des séries d'algorithmes de recherche par des infomédiaires comme *Google news*, le plus important, ou encore *Yahoo news*, qui jouent le rôle d'intermédiaires entre les éditeurs/producteurs de contenus et les internautes (Rebillard, 2010). Dans cette activité, ces agrégateurs de nouvelles sont aujourd'hui sensiblement concurrencés par des sites de réseaux sociaux, *Facebook* notamment (*Idem*). C'est ainsi que la logique d'accès à l'information fondée sur des algorithmes informatiques, qui reste pourtant majoritaire, « se double d'une logique de recommandation au sein de collectifs d'individus reliés par l'Internet » (*Idem*). Les infomédiaires ont recours

à un système automatique qui effectue de manière autonome l'ordre d'affichage des nouvelles produites par des tiers. Les sujets susceptibles de figurer au premier plan seront ceux qui auront comptabilisé le plus d'articles en ligne. Ce système encourage la redondance, notamment à travers le recours à des mots-clés. On constate à cet égard une réduction de la diversité informationnelle et du pluralisme (Venaille, 2016). Les infomédiaires, qui ne produisent pas de contenus, reprennent des dépêches d'agence. De ce point de vue, une relation à la fois de coopération et de compétition s'instaure entre ces agrégateurs de nouvelles et les éditeurs de presse. Les agences de presse, quant à elles, ajustent les titres des dépêches sur le Web afin d'être mieux répertoriées dans les résultats de recherche des infomédiaires. Les médias en ligne ont eux aussi recours aux dépêches d'agence globales, qui remplacent souvent les correspondants de presse (Palmer, 2006), d'une part pour des raisons budgétaires, d'autre part parce que la reprise des dépêches facilite leur référencement par les moteurs de recherche et garantit une plus large visibilité.

Permettant la médiation entre plusieurs langues, la traduction est devenue essentielle dans la production et la dissémination de l'information dans une société aux enjeux globalisés (Gambier, 2010 : 17). Dans une logique de rentabilité, l'information globale est diffusée massivement dans plusieurs versions linguistiques plutôt que dans une version seule qui a subi une médiation directe adaptée d'un message entre deux langues et cultures. Les agences de presse, véritables multinationales de l'information, homogénéisent l'information source et la déclinent à leur client suivant les spécificités géographiques, culturelles, linguistiques, voire politiques de chacun (Venaille, 2016). L'information fait dans ce cas l'objet d'une « localisation » (Bielsa, Bassnett, 2009 : 66). Un autre exemple de localisation dans le domaine des médias est fourni par des publications entièrement en ligne comme *The Huffington Post* ou *Slate*, ou encore par les chaînes *CNN*, dont la version française se décline sous l'acronyme *LCI* pour « La Chaîne d'Information », et *Al Jazeera*, lancée à la suite de la fermeture de la version arabe de *BBC*. On observe dans tous ces cas une adaptation aux marchés locaux et aux publics visés, une « domestication » des contenus (Valdéron, 2010).

Dans le cadre de la communication multilingue, la « localisation », terme calqué de l'anglais « *localization* », désigne « la traduction et l'adaptation globale des produits et des services à un 'locus' (latin : lieu, région, pays, continent) » (Guidère, 2010 : 125). Cette stratégie est avant tout économique : elle tend à adapter un même produit à différents marchés, selon le mot d'ordre « no translation, no product », « pas de traduction, pas de produit » (Topping, 2000, cité par Oustinoff, 2012 : 129). En l'occurrence, la traduction est « au service du capital dont elle fait

proliférer les intérêts dans un nombre toujours plus important de langues et de cultures » (Ballard, 2011 : 16). La localisation d'un site web par exemple, c'est-à-dire « la traduction et l'adaptation du contenu informationnel, des images, des icônes et des formats dans une culture donnée » (Guidère, 2010 : 126), constitue une vitrine promotionnelle des entreprises ou des marques, s'inscrivant de ce fait « dans le cadre plus large de la communication multilingue à caractère commercial » (*Ibidem* : 127).

### 1.1. Les journalistes interculturels

Dans un monde globalisé, traducteurs et interprètes ne sont donc pas les seuls à opérer la médiation d'une langue-culture à l'autre. Ils sont rejoints par d'autres corps de métiers comme les journalistes réunis sous le terme de « langagiers ». Nous avons souligné l'importance de la traduction dans le travail des agences de presse. Or, celles-ci n'emploient pas de traducteurs, mais elles privilégient des journalistes ayant de bonnes compétences en langues étrangères. AFP et Reuters, par exemple, font passer un test de traduction (Bielsa, Bassnett, 2009 : 58). À travers une étude ethnographique portant sur les représentations de la traduction des agenciers suisses basés au bureau d'agence de Genève, Davier (2013) souligne que les journalistes enquêtés ne s'estiment en aucun cas traducteurs même s'ils adaptent quotidiennement des textes d'une langue à l'autre. Elle privilégie ainsi le terme de « transferts linguistiques » à celui de « traduction ». Le terme « traducteur » est même parfois rejeté dans le domaine du journalisme, comme il ressort des propos du Directeur du bureau Espagne de l'AFP :

*Je ne veux pas employer le mot traducteur, parce qu'aucun des journalistes travaillant pour nous n'est traducteur : ils sont éditeurs. En cas de besoin, ils doivent reprendre...choisissez le mot que vous préférez : reprendre, éditer, modifier. Moi, je préfère éditer. Il n'y a pas de traducteurs ici. Nous recrutons des journalistes et non pas des traducteurs, des journalistes qui doivent connaître au moins deux langues outre l'espagnol et des journalistes ayant de l'expérience, si possible dans différents médias, agences de presse, radios, journaux (c'est nous qui traduisons)<sup>1</sup>.*

« Translation is not the job of journalist » (« traduire n'est pas le travail du journaliste »), affirme John Lloyd, vétéran des correspondants étrangers, collaborateur de la rédaction au *Financial Times* (Filmer, 2014 : 136). En revanche, il émerge de l'enquête ethnographique menée par Filmer (2014) auprès de correspondants britanniques en Italie que la traduction fait partie intégrante de leur travail - Filmer emploie à ce propos le terme de « *journalator* », même si ces

correspondants avouent ne pas avoir ni les compétences ni les connaissances nécessaires (Filmer, 2014).

Comme le montre Brownlie (2011) dans son étude sur plus de trois cent articles de la presse britannique sérieuse, des quotidiens (entre autres, *Guardian*, *Independent*, *The Times*, *Financial Times*) ainsi que des hebdomadaires (*Sunday Times*) portant sur la campagne présidentielle française pour l'élection de 2007, traduire est une activité importante pour les journalistes britanniques qui rédigent leurs articles en anglais depuis Paris, « bien que ce soit une activité cachée dans une certaine mesure » (*Ibidem* : 213). La traduction invisible serait du reste présente, selon Valdéon (2010), dans presque tous les contenus d'information. Le traducteur intervient ainsi pour expliciter des éléments culturels, comblant de cette manière les lacunes de connaissances chez les lecteurs britanniques (Brownlie 2011 : 207). On explique par ailleurs la tendance politique des journaux français : par exemple « the left leaning *Libération* » (« le journal de gauche *Libération* »). On compare les hommes et les femmes politiques français à des personnalités de la politique britannique : Royal est par exemple comparée à Thatcher par *l'Observer*. On emploie du vocabulaire provenant de la politique britannique pour parler de certains programmes français. Ces adaptations facilitent pour le lecteur cible la compréhension d'un événement géographiquement lointain. Nous avons récemment observé ce phénomène dans la presse italienne lorsqu'elle traite de l'actualité française. A propos du nouveau projet de « loi Travail » ayant provoqué des grèves, des manifestations et des blocages dans toute la France, le correspondant du *Corriere della sera* à Paris emploie, dans le titre de son reportage, l'expression « jobs act », qui désigne la réforme du travail du gouvernement italien de Renzi<sup>2</sup>. Concernant l'attitude du journaliste et du journal envers les candidats français, selon Brownlie (*Ibidem*: 210), « les journaux britanniques suivent fidèlement les grandes lignes propres à leur affiliation politique ».

Dans son étude sur la traduction espagnole d'un reportage de *Libération* portant sur la fermeture d'une partie des agences du réseau Banque de France, Guerrero (2005, citée par Bielsa, Bassnett, 2009 : 67) met en exergue, quant à elle, tous les changements intervenant dans le passage d'une version à l'autre : variation dans le titre, ajouts et suppressions de certaines informations. Elle conclut pourtant que la fonction de l'original et de sa traduction est la même : « informer, mais elles le font à partir d'une perspective différente ; alors que l'original approfondit davantage l'attitude des syndicats français, la traduction espagnole s'attarde plus sur l'explication des raisons des mesures adoptées<sup>3</sup> ». Comme le font remarquer Bielsa et Bassnett (*Idem*), si l'on s'en tient à l'idée d'équivalence, on peut difficilement parler de traduction dans l'exemple analysé par Guerrero. En revanche, poursuivent-elles,

c'est justement ce changement de perspective qui fait de cette traduction une bonne traduction, capable de fonctionner comme une information pour le public espagnol. Il s'agit d'une information non pas parce qu'elle a obtenu le même effet sur les nouveaux lecteurs, objectif superflu s'il en est, car le sujet traité n'a pas en Espagne le même intérêt qu'en France, mais parce qu'elle est en mesure de communiquer au-delà des frontières linguistiques, culturelles et géographiques, et surtout d'informer les nouveaux lecteurs sur les aspects qui correspondent à leurs attentes (*Idem*). Le journaliste qui traduit change donc l'angle à travers lequel la nouvelle est donnée, produisant ainsi un nouveau texte qui peut effectivement fonctionner comme une information pour un nouveau lecteur (*Ibidem* : 93).

## 2. Idéologie, géopolitique et traduction

Les contraintes auxquelles le traducteur doit se plier ne sont pas seulement d'ordre linguistique et stylistique, « elles obéissent aussi aux schèmes socio-culturels acceptés par la société à laquelle il appartient » (Wecksteen, 2011 : 56-57). Ses décisions et ses choix sont ainsi « tributaires d'un positionnement traductologique mais aussi idéologique auquel il ne peut pas échapper » (*Idem*). Les normes idéologiques dominantes dans la société où le traducteur évolue constituent une des « entraves censoriales » à son travail (Gambier, 2002 : 210). Elles sont en effet intériorisées et incorporées par le traducteur jusqu'à alimenter une forme d'auto-censure (*Idem*). L'adhésion à ces normes idéologiques émerge de l'adaptation en français (article intitulé « Soumis à un référendum Chávez lance sa contre-attaque », 11 juin 2004) de deux textes rédigés en espagnol portant sur le président vénézuélien Hugo Chávez : « Las cartas de Hugo Chávez para afrontar el referendo revocatorio » (10 juin 2004) ; « Chávez busca aliados en los libros de historia para ganar referendo » (10 juin 2004). Comme le mettent en évidence Bielsa et Bassnett (2009 : 104) dans leur enquête ethnographique menée auprès du bureau régional de l'AFP à Montevideo, siège de l'agence de presse en Amérique latine, les points forts du programme de Chávez sont décrits d'une façon beaucoup plus neutre dans la version française, qui omet par ailleurs les références au programme social, défini « impressionnant » dans l'un des textes sources, ainsi que les allusions à l'image charismatique de Chávez et à sa leadership. Sont également passées sous silence les références anti-impérialistes qui justifient son programme politique ainsi que les propos de Chávez figurant au discours direct dans les textes sources. En revanche, l'ancien président du Venezuela y est caractérisé comme « populiste », une désignation familière au lecteur européen.

Les choix de diffusion et de traduction de la part des journalistes ne sont jamais politiquement neutres. C'est ce que montre l'analyse du procès de Saddam

Hussein à travers le prisme de deux quotidiens anglophones, *The Independent* et *Daily Telegraph*, réalisée toujours par Bielsa et Bassnett (*Ibidem* : 126-131). Le premier journal, opposé à la guerre en Iraq, choisit une transcription littérale du procès sans en expliquer le code culturel qui conduit à la ridiculisation du protagoniste conformément à la stratégie de communication des États-Unis, alors que le second, favorable à l'intervention des États-Unis, opte pour une traduction domestiquée effaçant toute trace d'un discours tenu en langue étrangère (arabe en l'occurrence) et se distanciant du discours original. Dans cette version, Saddam Hussein n'est plus représenté comme l'ancien dictateur qui se défend mais comme un personnage ridicule. Les deux traductologues (*Idem*) se penchent aussi sur un article du *Figaro* qui reprend un passage de la transcription de ce même procès et intitulé « Saddam Hussein défie ses juges ». Dans un journal qui a toujours été hostile à ce qu'il considérait comme l'occupation américaine de l'Iraq, il n'est pas surprenant de voir que Saddam Hussein y est dépeint comme un commandant qui insiste sur ses droits constitutionnels et défie le tribunal accusé d'être au service des forces d'occupation américaine.

La traduction subit donc l'impact de la politique internationale. L'idéologie politique des traducteurs et des médiateurs langagiers joue un rôle considérable notamment dans les situations de conflit et de crise politique. En l'occurrence, on observe des cas de « traduction décentrée », comme celui qu'analyse Dharyef (2015 : 34-35) à propos de la traduction faite par deux médias arabes, *EgyNews* et *Al-Sharq Al-Awsat*, du discours du premier ministre français, Manuel Valls, prononcé devant l'Assemblée nationale, le 13 janvier 2015, au lendemain de l'attentat contre l'hebdomadaire Charlie Hebdo. Dans l'énoncé « la France est en guerre contre le terrorisme, le djihadisme et l'islamisme radical » (*Le Nouvel Observateur*, 13 janvier 2015), l'expression « islamisme radical » est traduite de manière littérale par *EgyNews* alors qu'*Al-Sharq Al-Awsat* tend à effacer la référence religieuse. Ici, le traducteur n'a pas utilisé le terme « Islam » ni le terme « djihad ». L'objectif est d'insister sur le terrorisme vu comme une forme dérivée d'extrémisme violent, en généralisant ainsi le propos et offrant une vision décalée par rapport au discours original. De ce point de vue, « l'idéal de neutralité du traducteur est battu en brèche par une politisation de la traduction » (*Idem*). Il en est de même dans le sens inverse, cette fois lorsque l'on s'attarde sur la traduction du mot « djihad » par la presse française. On constate alors que le sens de « guerre », « lutte », « combat » l'emporte, dans les traductions en circulation, sur le sens d'« effort », que l'on retrouve en revanche dans la traduction de référence du Coran publiée par Jacques Berque en 1990. Selon Abdelhafiz Elsaadany (2015 : 22), dans ce cas « l'équivalence traductionnelle n'a pas pu résister à la pression géopolitique ». Il rappelle qu'en

tant qu'activité de relais entre deux langues-cultures, la traduction n'échappe pas à ce phénomène de politisation et devient, à son tour, un acte de « communication orientée », pour reprendre l'expression de Guidère (2009, cité dans *Ibidem* : 29).

## Conclusion

Une des tendances que l'on observe dans le marché global de l'information concerne la localisation, voir « l'hyperlocalisation ». Les stratégies de localisation permettent de modifier un texte pour obtenir une nouvelle version linguistique et culturelle. Même l'actualité internationale est perçue à travers le prisme national, répondant à la « loi de la proximité » pour intéresser le lecteur. Selon cette règle journalistique, plus un événement se produit près de chez soi, plus l'intérêt qu'il suscite est important (Venaille, 2016). La localisation a généralement recours à une « langue pivot » (Prado, 2010) à partir de laquelle elle s'adapte à un panel de langues et cultures. C'est-à-dire qu'une langue centrale, voire « hypercentrale » comme c'est le cas de l'anglais, permet de traduire un texte dans un ensemble de langues, même si elle ne correspond pas à la langue de rédaction du texte de départ. L'étude des pratiques traductives dans le domaine de l'information globale laisse émerger les différentes manipulations dont font l'objet les articles que nous lisons et pose de sérieuses questions sur ce que nous pouvons connaître à propos de ce qui a été réellement dit (Bielsa, Bassnett, 2009 : 132).

Lorsque l'on se penche sur les transformations que subit l'information dans le passage d'une langue à une autre, on ne peut pourtant pas négliger plusieurs aspects qui influencent les pratiques traductives dans le domaine médiatique : d'une part, les traducteurs de ces discours travaillent à « chaud », sans possibilité de retraduire. Leur traduction doit être rapidement accessible à l'auditoire et publiée dans les journaux ou sur les sites web. D'autre part, le journaliste peut s'appuyer sur plusieurs textes source à la fois. De surcroît, dans le domaine du journalisme, le problème de l'auteur ne se pose pas de la même façon qu'en littérature par exemple. La règle veut que plusieurs journalistes interviennent dans la rédaction d'une dépêche. Ceci permet, entre autres, de partager les éventuelles responsabilités en cas de plainte.

Mais la manipulation est aussi, on l'a vu, d'ordre idéologique. Le contexte socio-culturel de la société vers laquelle on traduit influence profondément le travail du traducteur. Celui-ci devient en effet gardien de certaines valeurs, étant ainsi promu de médiateur culturel à médiateur idéologique (Gambier, 2002 : 216). La relation entre traduction et politique ne fait du reste aucun doute aujourd'hui (Guidère, 2015 : 173). Les traducteurs se trouvent souvent dans des situations où

les considérations politiques et géopolitiques l'emportent généralement sur le reste (*Idem*). Leur apport ne réside donc plus dans la « forme » mais dans le « fond » (*Idem* : 174).

## Bibliographie

- Abdelhafiz Elsaadany, M. 2015. La traduction des mots récurrents en géopolitique actuelle. In : *Traductologie et géopolitique*. Paris : L'Harmattan, p. 11-26.
- Archibald, J., Garzone, G. 2014. « Conceptualising Linguistic and Cultural Mediation ». *Lingue, Culture, Mediazioni*, Vol. 1, n° 1-2, p. 7-16. URL : <<http://www.ledonline.it/index.php/LCM-Journal/article/view/775>> [consulté le 28/05/2016]
- Ballard, M. 2011. Présentation. In : *Censure et traduction*. Arras : Artois Presses Université, p. 7-16.
- Bielsa, E., Bassnett, S. 2009. *Translation in Global News*. Londres / New York : Routledge.
- Brownlie, S. 2011. L'élection présidentielle française vue de l'extérieur : censure structurale et éléments traductionnels dans la presse britannique. In : *Censure et traduction*. Arras : Artois Presses Université, p. 199-214.
- Calvet, L.-J. 2007. « La mondialisation au filtre des traductions ». *Hermès*, n° 47, p. 45-57.
- Davier, L. 2013. *Le Rôle du transfert interlinguistique et interculturel dans la coconstitution d'un problème public par les agences de presse : le cas de la votation antimarinets*. Thèse de doctorat en Traductologie et en Sciences de l'information et de la communication, Université de Genève / Université Sorbonne Nouvelle. Non publiée.
- Dharyef, W. 2015. La traduction du discours politique entre théorie et pratique. In : *Traductologie et géopolitique*. Paris : L'Harmattan, p. 27-44.
- Gambier, Y. 2002. « Les censures dans la traduction audiovisuelle ». *TTR : traduction, terminologie, rédaction*, Vol. 15, n° 2, p. 203-221.
- Gambier, Y. 2010. Médias, information et traduction à l'ère de la mondialisation. In : *Translating information*. Oviedo : Ediciones de la Universidad de Oviedo, p. 13-30.
- Guidère, M. 2009. *Traduction et communication orientée*. Paris : Editions Le Manuscrit.
- Guidère, M. 2010. *Introduction à la traductologie. Penser la traduction : hier, aujourd'hui, demain*. Bruxelles : Éditions De Boeck, Collection Traducto, 2e édition.
- Guidère, M. 2015. La traduction géopolitique. In : *Traductologie et géopolitique*. Paris : L'Harmattan, p. 7-9.
- Filmer, D. 2014. « Journalators ? An ethnographic study of British journalists who translate ». *Cultus*, Vol. 7, p. 135-157. [http://cultusjournal.com/files/Archives/filmer\\_9\\_p.pdf](http://cultusjournal.com/files/Archives/filmer_9_p.pdf) [consulté le 28/05/2016]
- Katan, D. 2014. « Introduction », *Cultus*, Vol. 7, p. 10-20.  
URL : <[http://cultusjournal.com/files/Archives/introduction\\_katan\\_2\\_cover\\_p.pdf](http://cultusjournal.com/files/Archives/introduction_katan_2_cover_p.pdf)> [consulté le 28/05/2016]
- Oustinoff, M. 2012. « Les langues sur Internet : de l'hégémonie de l'anglais au règne de la traduction ». *Le Temps des médias*, n° 18, p. 124-135.
- Oustinoff, M. 2013. « La diversité linguistique, enjeu central de la mondialisation ». *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 2. <http://rfsic.revues.org/328> [consulté le 28/05/2016]
- Palmer, M. 2006. *Dernières nouvelles d'Amérique*. Paris : Éd. L'Amandier.
- Prado, D. 2010. « La Traduction automatisée : le cas des langues romanes ». *Hermès*, n° 56, 1, p. 95-102.

Rebillard, F. 2010. « Les intermédiaires de l'information en ligne ». *InaGlobal - La revue des industries créatives et des médias*. URL : <<http://www.inaglobal.fr/numerique/article/les-intermediaires-de-linformation-en-ligne>> [consulté le 28/05/2016]

Valdéon, R. (éd.) 2010. *Translating information*. Oviedo : Ediciones de la Universidad de Oviedo.

Venaille, C. 2016. *Vers une compétence informationnelle plurilingue : usages et représentations linguistiques de journalistes, professionnels « lecteurs producteurs » de l'information dans l'espace web*. Thèse soutenue à l'Université de Sassari (directeur Lorenzo Devilla), en cotutelle avec l'Université de Barcelone (codirectrice Encarnación Carrasco Perea), le 4 mars 2016.

Wecksteen, C. 2011. Censure et traduction : détournement et contournement des sens interdits. In : *Censure et traduction*. Arras : Artois Presses Université, p. 53-67.

## Notes

1 . « I don't want to use the word translator, because none of the journalists working for us are translators: they are editors. By necessity they must rework ... choose any word you like: rework, edit, modify. The one I prefer is to edit. There are no translators working here. We select journalists and not translators, journalists who must at least know two languages in addition to Spanish and journalists who have previous experience, if possible in various media, agencies, radio, newspapers » (Bielsa, Bassnett, 2009 : 81).

2. Montefiori, S. « Francia, bloccate le centrali nucleari. Tensioni nel governo sul Jobs act », *Corriere della sera*, 26 mai 2016.

3. « informar, pero lo hacen desde una perspectiva distinta; mientras el original profundiza más en la postura de los sindicatos franceses, la traducción española abunda más en la explicación del porqué de las medidas adoptadas en Francia ».