

Traduire pour l'audiovisuel et les arts : contraintes et défis

Aroga Bessong Dieudonné

M. Aroga est conseiller en traduction pour le Cameroun et la Guinée équatoriale. Les réflexions ci-dessous sont le fruit de sa participation à plusieurs ateliers sur les médias et la traduction, ainsi que sur la gestion des processus d'édition.

Le monde connaît une évolution déterminante de la page imprimée vers les médias audiovisuels. Celle-ci remet au goût du jour les représentations artistiques dont ces médias tendent à se nourrir. Certes la mission cruciale des organismes de traduction biblique, qui consiste principalement à fournir suffisamment de matériel biblique imprimé, reste immense. Mais la majorité de la population du monde est peu apte, voire peu disposée, à la lecture. L'Alliance biblique universelle et ces organismes de traduction font face à ce grand défi, et mettent tout en œuvre pour le relever. Dans la région francophone d'Afrique, ce terrain est à peine entamé.

Comme le souligne Søggaard (1993), l'étude de la Bible et de l'anthropologie culturelle amènent forcément à conclure que le communicateur doit s'adapter au contexte du public cible. Pour notre région, cela signifie qu'il faut étudier son contexte culturel pour voir comment la Bonne Nouvelle de Jésus peut être communiquée aux auditoires au sein de leur environnement. En d'autres termes les organismes de traduction biblique doivent se poser les questions suivantes : Qui est mon auditeur/spectateur ? Où se trouve-t-il ? Quels sont ses besoins ? Comment puis-je satisfaire ses besoins? (voir Søggaard, 1993). Ces questions s'appliquent à la traduction aussi bien écrite que sur support multimédia, car l'une et l'autre ont pour objet de transmettre *fidèlement* un message. La question est aussi de savoir comment assurer cette fidélité dans un domaine relativement nouveau.

Afrique francophone : le contexte

L'écrasante majorité des produits diffusés et des programmes élaborés par des organismes de traduction biblique concernent le matériel écrit. Mais cela correspond-t-il aux besoins réels ?

Le tableau 1 ci-dessous permet de constater que les taux d'analphabétisme varient d'environ 89% au Niger à 27% au Gabon. Il faudrait même augmenter ces pourcentages souvent officiels, et tendant à concerner les langues officielles, surtout le français. Ils ne tiennent pas

compte du fait que nombre de ceux qui l'ont appris seulement à un niveau moyen, et qui se trouvent dans les villages, ont tendance à perdre cette compétence parce qu'ils l'utilisent peu. Ceux de la même catégorie qui sont dans les villes en ont une maîtrise insuffisante pour comprendre les traductions disponibles dans ces langues de grande diffusion, en particulier les versions comme la TOB ou Louis Segond, favorisées par les communautés chrétiennes, mais rédigées dans un registre archaïsant et généralement trop élevé pour eux.

<i>Pays</i>	<i>Population</i>	<i>Analpha- bétisme</i>	<i>Bibles</i>	<i>Nouveaux Testaments</i>	<i>Langues</i>
Bénin	5 573 000	72%	5	8	51
Burkina Faso	10 382 000	75%	4	7	71
Cameroun	15 421 937	37%	16	16	275
Congo (Brazza)	2 600 000	29%	3	5	57
Congo (RD)	46 674 000	39%	23	12	221
Côte d'Ivoire	15 800 000	57 %	4	15	75
Gabon	1 380 000	27%	2	4	40
Guinée	7 807 000	62%	1	8	28
Guinée Bissau	1 200 000	64%	1	4	22
Guinée Équatoriale	443 000	48%	2	2	9
Mali	10 878 000	69%	2	3	32
Mauritanie	2 411 000	62%	1	1	6
Niger	8 313 000	89%	3	3	21
RCA	3 400 000	57%	6	7	68
Sénégal	9 404 000	67%	2	4	37
Tchad	7 166 000	52%	7	7	127
Togo	4 038 000	61%	5	5	43

Tableau 1 : Situation sociolinguistique et de la traduction biblique en Afrique francophone. Données tirées essentiellement de Grimes (1996), Johnstone (1994) et du *UBS World Report 2000* (2001)

Malgré les mesures déployées dans la région pour assurer l'éducation et l'alphabétisation, l'analphabétisme reste, dans ces pays, un défi de tous les instants. C'est sans doute la conscience de ce phénomène et la prise en compte de la technologie la moins coûteuse à la disposition des populations, à savoir l'imprimerie, qui ont conduit les organismes de traduction à privilégier les documents écrits, et dans une moindre mesure l'alphabétisation, pour tenter d'assurer leur mandat avant tout au service des Églises.

Face à la pléthore de langues de la place, au manque de moyens adéquats en termes de personnel qualifié et de ressources financières (voir Wilt 2001), leurs efforts ont donné des résultats satisfaisants, certes. Cependant ils sont loin de répondre réellement aux besoins existants, notamment en ce qui concerne le nombre de traductions de la Bible ou du Nouveau Testament.

A l'analphabétisme qualifié plus haut s'ajoute le manque d'habitude de lecture de la part des lettrés, parfois dû au coût élevé des documents de lecture et à la rareté, voire l'absence, de bibliothèques publiques. Par ailleurs, la régression de la lecture dans les pays dits développés, due essentiellement à la prévalence de la télévision, ne tardera pas à se manifester sous nos cieux. En effet, ce moyen de communication fascine tellement qu'il commence à rogner des pans entiers de notre culture traditionnelle. Même dans nos villages parfois reculés, les soirées récréatives autour du feu ou à la faveur des clairs de lune, où conteurs et autres animateurs culturels exerçaient leurs talents, se font de plus en plus rares.

Il faut vaincre l'obstacle de l'analphabétisme. Celui-ci prend des proportions importantes en ce qui concerne l'Afrique francophone parce que nos langues locales dans lesquelles nous assurons la traduction ne bénéficient généralement plus du soutien des institutions officielles d'alphabétisation, en particulier du système scolaire qui, à l'époque précédant les indépendances, avait contribué à la promotion de certaines d'entre elles. Bien au contraire, elles sont menacées par la prédominance dans ces institutions (écoles, médias écrits et audiovisuels, administration publique) de langues exogènes. C'est dire que pour atteindre l'objectif d'amener les locuteurs à s'approprier le message biblique dans leur langue de cœur, il ne suffit pas d'en assurer la traduction et la diffusion sous forme écrite. Il faut alphabétiser les lecteurs potentiels pour leur donner accès à cette parole et leur permettre de s'en approprier le message. Bien plus, il faudra les intéresser au donné biblique en les atteignant là où ils se trouvent, grâce à la production audiovisuelle et artistique.

Autre caractéristique préoccupante : de toutes les régions d'Afrique, la région francophone est l'une des plus minées par des conflits civils internes, les guerres ethniques, la mauvaise gestion et la corruption. Une bonne partie de cette région appartient à ce qu'il est convenu d'appeler la « fenêtre 10-40 » – la zone du monde la plus pauvre et la moins évangélisée, dont certains des pays sont parmi les moins alphabétisés. Plusieurs des pays de cette région ont une bonne partie de leur population constituée de musulmans. Cette situation de crises multiformes nécessite

des réponses appropriées, que la seule page imprimée ne suffira pas à satisfaire, surtout compte tenu de la situation médiatique actuelle, à laquelle le mandat d'organismes tels que l'Alliance biblique universelle semble s'être adapté. Depuis 1996, celle-ci préconise notamment l'élaboration de programmes bibliques exaltant la vie, don de Dieu, rappelant la responsabilité de veiller sur l'ensemble de la création, ou destinés aux victimes de guerres, aux malades atteints du SIDA et aux personnes séropositives, en vue d'une vie fondée sur des valeurs de l'Évangile, grâce à des traductions compréhensibles, dans des formes appropriées.

Le défi de la révolution de Gutenberg

Répetons-le, la traduction, la production et la diffusion de la Bible sous forme écrite étaient la réponse apportée en son temps à la révolution de Gutenberg, qui a introduit l'imprimerie. Jusque-là, l'immense majorité de la population chrétienne se contentait d'avoir accès aux Écritures par la peinture, l'iconographie et surtout par la narration. Nida (1999) a même relevé que des systèmes symboliques autres que le texte imprimé ont été utilisés dès les premiers siècles par les chrétiens : le chant, les statues, l'architecture, le drame, le rituel liturgique. Jusqu'à une époque récente, dans les civilisations de forte tradition orale, caractéristiques de la région francophone d'Afrique, certaines de ces formes ont été utilisées : Nida cite la danse dans l'Église presbytérienne camerounaise, la mise en scène des récits bibliques par les jeunes dans le cadre de l'école du dimanche. Il souligne que le texte imprimé lui-même suit les goûts du public : variété de formats, de couvertures, de types de mise en page, impression en rouge des paroles de Jésus et bien d'autres moyens de présenter le texte.

Il ne suffit pas de mettre la Bible écrite à la disposition des populations, voire d'en assurer la diffusion effective, pour qu'elle soit en usage. Cette question préoccupe de plus en plus les organismes de traduction biblique, et les ressources artistiques ainsi que les médias audiovisuels et les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent offrir ici une opportunité intéressante à saisir en raison de leur rapide expansion et de la fascination qu'elles exercent.

Révolution des nouvelles technologies

de l'informatique et de la communication

Au traducteur pour qui le texte reste un moyen dominant d'information, le post-modernisme, succédant à la pensée moderne ambiante, annonce le passage de la page imprimée à un environnement où une variété de médias se combinent, tout en se complétant, en une série

de permutations infinies en apparence. En effet, c'est d'un autre changement de paradigme, d'une autre révolution qu'il s'agit.

L'imprimerie a permis de rendre la Bible plus disponible, mais elle a retiré l'utilisation et la compréhension de son texte de la scène publique et collective pour les reléguer au domaine privé. L'invention de la photographie, illusion de la saisie d'une telle réalité, puis de la télégraphie, qui décupla la vitesse de communication de l'information, ont marqué une nouvelle orientation par rapport à la révolution de Gutenberg. La télévision, puis l'électronique en ont profondément accentué le développement. Ils offrent, dans une certaine mesure, la possibilité de remettre l'utilisation et la compréhension du texte biblique dans la scène publique et collective.

Les organismes de traduction biblique semblent avoir compris ce virage révolutionnaire et tentent d'y apporter une réponse, fût-elle limitée. Dans le cadre de l'Alliance biblique universelle, la production de cassettes avec des textes bibliques appropriés, a permis, en Inde, d'atteindre nombre de femmes livrées à la prostitution sacrée, donnant ainsi naissance à des Églises pour satisfaire les besoins de ces membres d'un contexte particulier. Ces cassettes visaient à offrir un espoir à ces femmes exploitées et désireuses d'une nouvelle vie que seule une rencontre avec le Christ pouvait leur permettre de goûter. Dans ce même pays, la production vidéo *Alor Pathe* a connu un immense succès. Présentant des textes bibliques d'une manière appropriée pour la vidéo, on peut voir une histoire en bengali montrant comment la Bible répond aux besoins des habitants des ghettos. Une expérience intéressante vient d'être conduite au Ghana, où une série d'émissions radiophoniques hebdomadaires ont permis pendant plusieurs mois de présenter le texte biblique dans un format approprié à travers une radio privée. Mais en Afrique francophone, l'expérience ne fait que commencer.

A la différence de l'imprimerie qui représente le monde sous forme fixe, figée, les médias électroniques sont fluides, plastiques. Ils enrichissent la communication en y intégrant désormais le graphisme, l'image et le son aux côtés de l'imprimé. Il y a là comme un juste retour des choses à l'oralité : celui qui parle est entendu et aussi vu, peut représenter, etc. En effet, il ne faut pas oublier que les images des peintures des premiers chrétiens étaient perçues dans le contexte dynamique de paroles et actes rituels. La construction ultérieure de grands édifices culturels a permis de transposer dans des peintures, sculptures et mosaïques ornementales ces éléments de communication du message, meublant ainsi les espaces liturgiques. On y retrouvait la

représentation de récits et personnages de l'Ancien et du Nouveau Testament, de même que les héros dépeints dans les vies des saints.

Les utilisateurs s'attendent de plus en plus à la polyvalence offerte dans les médias audiovisuels et par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les distinctions entre l'écrit, le télévisuel, l'électronique s'estompent de plus en plus. Enfin, les médias électroniques tiennent leur impulsion de l'utilisateur et non de l'auteur. Le texte n'est plus abordé dans la linéarité de sa rédaction, car l'utilisateur peut choisir de l'aborder sous l'angle qu'il préfère, compte tenu des possibilités électroniques offertes, le réorganiser et le réarranger à sa guise. En fait, comme l'a affirmé Gary M. Rowe (1999), nous avons dépassé les limites imposées aux auditeurs des médias de masse, ainsi que le spectre des possibilités offertes aux adeptes de la télévision par câble. Faisant allusion à l'interaction qu'offre le cadre de l'internet, il ajoute que l'utilisateur de ces médias est en même temps responsable de publication, ce qui impose aux traducteurs, producteurs et diffuseurs de la Bible de s'ouvrir à des possibilités nouvelles de rendre ce livre disponible. On peut dès lors publier une Bible que les connaissances des érudits rendent plus dynamique, et que les images, les sons et les réalisations du passé illuminent. Vision trop lointaine pour les masses de nos régions, serait-on tenté de dire : mais quand on sait l'attraction et l'influence qu'exercent nos élites qui privilégient ces moyens de communication sur ces populations, il paraîtrait sage, tout au moins, de la garder à l'esprit dans toute réflexion sur les besoins de nos peuples.

Les médias visuels, en particulier la vidéo cherchent à toucher nos émotions et ils peuvent transformer concrètement des vies. L'impact semble le principal objectif poursuivi. L'information n'est pas seulement factuelle et quantifiable, comme le voudrait la pensée occidentale qui influence de loin la notion actuelle de la traduction de la Bible. L'émotion devrait trouver sa place légitime dans le processus de l'imagination historique, car la terreur, l'extase, le désespoir et la transcendance sont des sources profondes d'information dont proviennent les symboles et métaphores de nos vies (Worth, 1999). Léopold Sédar Senghor avait affirmé que l'émotion était nègre et la raison hellène. On l'a souvent critiqué pour cela. Ceci tout simplement parce qu'on considérait que les faits (et donc la raison) sont la seule source d'information fiable. N'aurait-on pas eu tort ? L'émotion est au centre des préoccupations liées à l'utilisation des médias visuels en traduction biblique.

Cette revalorisation de l'émotion semble par ailleurs correspondre, sur le plan ecclésiastique, à une autre évolution notée aux plans géographique et pastoral. Plusieurs ont relevé une tendance marquée du christianisme à devenir une religion de plus en plus pratiquée au Sud et

de moins en moins dans le Nord. Cette tendance se double d'un passage d'une expression cognitive et propositionnelle des articles de foi, encore l'apanage du Nord nanti, au vécu plus émotionnel du christianisme dans le Sud, favorable à la représentation visuelle et aux récits, marquant une préférence pour la scénarisation au détriment de la narration, les dirigeants charismatiques, la créativité au niveau des formes artistiques populaires et folkloriques, avec un goût marqué pour les rituels (Hodgson, 2002). On peut y voir un facteur favorable à une utilisation accrue de l'audiovisuel, l'électronique et l'art dramatique, par ailleurs inaccessibles aux moyens traditionnels utilisés pour mettre la Bonne Nouvelle à la disposition de l'humanité, pour toucher les masses populaires. Le contexte sociolinguistique et psychologique semble donc propice.

L'importance du partenariat

Les quelques exemples cités plus haut montrent que la production et la diffusion du message biblique à travers les médias audiovisuels, sous une forme correspondant aux règles et aux attentes propres à ces instruments, peuvent constituer un complément efficace à celles du texte écrit. Elles peuvent renforcer le rôle des organismes de traduction biblique comme auxiliaires des Églises. Des problèmes demeurent cependant, tels que le financement et la diffusion des produits. En effet, contrairement au texte écrit qui ne nécessite pas d'équipement pour en prendre connaissance, le message biblique audiovisuel nécessite des dépenses supplémentaires de la part des locuteurs. Certes la recherche de solutions à ce problème est en cours, mais il faudra encore beaucoup de temps pour qu'elles soient viables dans le cadre de projets comme la plupart de ceux qui existent actuellement. Et il est clair que ces organismes ne disposent pas de moyens pour les résoudre.

Néanmoins, il reste que l'option audiovisuelle a été mise en œuvre avec succès dans certaines parties du monde. La clé de ce succès semble largement reposer sur le partenariat développé par les organismes de traduction biblique locaux avec les institutions religieuses et séculières de la place. Elle pourrait donc être rendue viable dans notre région, si les organismes de traduction biblique y servaient, comme elles semblent si souvent aptes à le faire, de catalyseurs de ce partenariat. Elles renforceraient ainsi leur perception comme institutions au service des Églises. Les traducteurs et les conseillers en traduction ont ici un rôle prépondérant. Les premiers devraient participer à conscientiser leurs comités, et à travers eux, les dirigeants de leurs Églises, de cette opportunité d'augmenter le nombre de lecteurs et d'utilisateurs effectifs du texte biblique, ainsi que d'atteindre par les Écritures certaines couches

spécifiques de nos populations. Ces responsables pourraient alors passer par les dirigeants de ces organismes pour soumettre des projets de production audiovisuelle pour leurs populations. Quant aux conseillers en traduction, ils pourraient examiner avec ouverture ces demandes si elles leur sont soumises et les appuyer favorablement.

On pourrait faire valoir que la modicité des moyens disponibles devrait inciter à se concentrer sur la traduction écrite. C'est là, à notre avis, un argument spécieux. Il s'agit seulement d'assumer notre personnalité historique. Comme jadis, face à la révolution de Gutenberg, quelques hommes de foi et de vision virent la nécessité de chercher à mettre à la disposition de tous la Parole de Dieu à un prix raisonnable, il convient de relever le défi de l'évolution médiatique actuelle. Les moyens à mettre en œuvre peuvent paraître importants si la production doit être assurée à l'étranger. Mais quand les compétences locales sont mises à contribution, l'expérience est envisageable. S'agissant de l'impréparation de certaines populations à interpréter les messages visuels, le problème nous semble le même que pour le texte imprimé. Il ne faut pas oublier le rôle dévolu à la communauté réceptrice dans cette interprétation. Il ne s'agit donc pas, à notre avis, d'un obstacle déterminant.

Fidélité en transmédiation

Reste l'importante question de savoir comment assurer la fidélité dans ce domaine relativement nouveau. Les préoccupations à privilégier en matière de choix des textes et d'orientation de leur traitement pour l'édition d'un matériel audiovisuel ou artistique ressortent du besoin de fidélité au texte source des traductions multimédias et des éléments complémentaires. Car il faut reconnaître ici, comme pour la production d'éditions imprimées, qu'il s'agit bien d'un travail de traduction. Il est donc nécessaire, dans ce domaine, de respecter les règles qui lui sont propres, notamment celles de l'adaptation au média et de la pertinence pour le public, deux des trois pôles de tension applicables en matière de création audiovisuelle (Søggard, 2001). Autant il est inimaginable que la tâche de la mise en forme d'éditions imprimées échappe à des règles bien connues de spécialistes dont la contribution dans le processus est inéluctable, autant il faudrait se convaincre qu'il serait hasardeux et dommageable de faire recours ici à des apprentis-sorciers.

S'agissant de production et d'édition des textes audiovisuels et artistiques, les questions du choix de textes et de la fidélité aux sources ont été abordées par plusieurs séminaires et publications de l'ABU. Voici des principes importants qui en sont ressortis (Thomas, 1993 ; Hodgson et Thomas, 1998) :

TRADUIRE POUR L'AUDIOVISUEL ET LES ARTS

- Il faut traiter convenablement et de façon responsable les tensions que comporte la traduction des textes des langues originales dans les versions audiovisuelles (par exemple : besoin de précision et responsabilité de pouvoir mettre en lumière sa signification ; attention au paradigme de l'oralité sous-jacente au texte biblique).
- Il faut prêter attention au contexte paradigmatique dans chaque projet multimédia et aux implications du transfert transmédiatique de l'information.
- La mesure de la fidélité tient compte des réactions visées par les auteurs, lesquelles sous-tendent le texte. Par conséquent, les images des traductions multimédias doivent correspondre à celles que suscitait le texte dans la pensée et le cœur des premiers auditeurs.
- Les différents genres littéraires du texte biblique doivent être repris dans des genres audiovisuels offrant une gamme d'expérience comparable. L'utilisation des genres contemporains doit tenir compte des attentes de l'auditoire de ce genre compte tenu du média utilisé. Cela exige de profondes restructurations permettant une équivalence fonctionnelle au texte source.
- Les éléments sonores et les images ont une importance égale. Leur utilisation dans les éditions multimédias doit tenir compte des attentes des auditoires les concernant, et doit respecter l'intégrité et l'intention des textes sources.
- La base de référence de la fidélité de la traduction multimédia doit être le texte source en hébreu, araméen ou grec, qui faisait d'ailleurs l'objet d'une lecture publique dans l'antiquité. Cette opération doit cependant comporter une adaptation (répétitions, restructuration, etc.) tenant compte du média disponible. Ceci suppose que l'on parte de textes imprimés existants dans les langues locales.
- Les éléments des productions audiovisuelles doivent correspondre au message et au thème des textes choisis et leur signification doit ressembler à celle du texte imprimé, être reconnaissable par la communauté chrétienne, sous une forme conservant la signification de l'original.
- L'intégrité du texte biblique original doit être préservée aussi bien en général que dans les détails de la restructuration des différents éléments. La signification et l'intention de l'auteur biblique constituent le socle de vérification de la fidélité de ce type de traduction. Il faudrait constamment s'assurer que la création résultant de ce processus constitue l'équivalent naturel le plus proche de l'original, compte tenu du moyen utilisé et du genre retenu.
- En cas de réduction d'un texte biblique, les omissions ou répétitions, digressions et autres détails se doivent de préserver l'orientation générale

du discours du texte, et de retenir les éléments importants du texte source.

- En cas de non-familiarité du public cible avec la Bible dans son ensemble, les extraits sélectionnés devraient être suffisamment représentatifs de l'ensemble, et ces passages eux-mêmes jouer un rôle important dans la Bible.
- Le moyen d'information utilisé ne doit d'aucune façon dénaturer le message biblique au service duquel il est mis. La forme doit permettre de transmettre la signification du texte choisi.
- L'attention doit donc porter essentiellement sur le texte biblique pour tout produit scripturaire sans qu'un pourcentage donné de ce texte soit indispensable. Les éléments complémentaires pour aider le destinataire à comprendre le message devraient renforcer le texte principal.
- Les éléments bibliques doivent être clairement distincts du matériel complémentaire et des éléments d'aide à la compréhension.
- Tout message transmis par les éléments complémentaires doit concorder avec le message et le thème du texte biblique source choisi.
- Chaque passage choisi doit constituer une unité complète de discours prise dans son contexte.
- Quand un passage fait partie d'un contexte plus complet et étendu, le thème et la signification essentiels de ce passage doivent être les mêmes dans la traduction que dans l'original du texte source écrit. Dans la pratique, des transitions et aides à la compréhension sont nécessaires pour restituer le sens du texte dans son contexte élargi.
- Lorsque plusieurs passages non contigus du texte biblique sont choisis, la cohésion thématique doit être évidente entre eux. En d'autres termes, ils doivent être reliés par un thème ou sujet commun.
- Le matériel biblique source doit être clairement identifié, et complété à l'intention des auditoires peu au fait de la Bible par des indications générales et autres aides à la compréhension.
- Le message du texte biblique ne doit pas être modifié pour satisfaire la sensibilité de l'auditoire. Il doit être fidèlement transmis dans chaque aspect de la traduction multimédia, conformément aux accents repris du texte biblique original.
- Le conseiller en traduction doit fournir une exégèse approfondie du passage choisi, surtout les informations sur l'idée centrale, les personnages et l'arrière-plan, en indiquant les images et sons implicites dans le texte biblique.

- Le conseiller en traduction doit évaluer tous les scripts sur le plan de la fidélité à l'exégèse du passage, et de la pertinence pour l'auditoire et la culture cibles.

Conclusion

En conclusion, soulignons que les grands groupes linguistiques ont été progressivement dotés du texte imprimé de la Parole de Dieu à un prix accessible. Ce faisant, les organismes de traduction biblique répondaient aux besoins d'une partie seulement de leurs locuteurs : les alphabétisés actuels et potentiels. Mais ces publics ne sont pas à l'abri de conséquences négatives de l'usage excessif de la télévision notées plus haut. On pourrait pallier tout cela en leur offrant déjà des produits vidéos. Et ceux qui ne savent ni lire ni écrire sont nombreux en Afrique francophone. Faut-il les abandonner à eux-mêmes ? Il y a lieu d'inciter les organismes de traduction de la Bible à tirer parti de la libéralisation du secteur des médias (multiplication des chaînes FM) et de la disponibilité des chaînes de télévision tant nationales que privées, mettant souvent gratuitement ou à prix modique, du temps d'antenne à la disposition des Églises, pour encourager la promotion et l'utilisation dans ces médias des textes bibliques en une transmédiation fidèle à l'original selon les directives et critères énoncés plus haut.

Cela pourrait nécessiter de la part des organismes de traduction biblique de renforcer la collaboration, de susciter des partenariats entre Églises, entre celles-ci, les ONG et les gouvernements sur des thèmes accrocheurs (SIDA, corruption, alphabétisation, instabilité, marasme économique). Les unes pourraient mettre leur expertise (conseillers, responsables des médias, etc.) comme contribution et encourager les autres à constituer des pools de ressources pour proposer des produits bibliques permettant d'atteindre les objectifs d'une meilleure santé, de l'éradication de la corruption, de l'alphabétisation des masses, de promotion de la paix et la stabilité sociale, et d'un mieux-être économique.

Bibliographie

- Aroga Bessong, D. 2002. Buts de la communication et processus de traduction biblique. *Le Sycomore* 12:29-38.
- Chia, Emmanuel. 1983. The Language Profile of Cameroon : An Introduction. Dans *A Sociolinguistic Profile of Urban Centers in Cameroon*, réd. par E. Koenig, E. Chia et J. Povey, réds., Los Angeles: Crossroads Press, 7-18.
- Goethals, G. 1999. The Imaged Word : Aesthetics, Fidelity and New Media Translation, dans *Fidelity and Translation*, réd. par P. Soukup et R. Hodgson. New York : ABS, 133-172.

- Greenberg, J. 1966. *Languages of Africa*. La Hague, Mouton.
- Grimes, B., Réd. 1996. *Ethnologue*. Dallas : SIL.
- Hodgson, R. 2002. UBS Translation Media Workshop in Chiang Mai, Thaïlande.
- Hodgson, R. et K. Thomas. 1998. Report Of The New Media Group Triennial Translation Workshop 1997. *The Bible Translator* 49/1, 101-103.
- Johnstone, P. 1994. *Flashes sur le monde : un guide d'intercession*. La Béguide de Mazenc : Farel, CLC.
- Nida, E. 1999. Multimedia Communication of the Biblical Message. Dans Soukup et Hodgson : 119-137.
- Rowe, G. Fidelity and Access : Reclaiming the Bible with Personal Media. Dans Soukup et Hodgson : 47-63.
- Søgaard, V. 1993. *Media in Church and Mission*. Pasadena, California : William Carey Library.
- Søgaard, V., ed. 2001. *Communicating Scriptures. The Bible in Audio and Video Formats*. Reading, Angleterre : United Bible Societies.
- Scott, B. 1999. A New Voice in the Amphitheater : Full Fidelity in Translation. Dans Soukup et Hodgson : 101-118.
- Soukup, P. and R. Hodgson, eds. 1999. *Fidelity and Translation*. NY: ABS.
- Thomas, K. 1993. Criteria for Faithfulness in Multimedia Translation (and Related Audio Components). *Current Trends in Scripture Translation* 170/171. New York: UBS, 37-42.
- United Bible Societies. 2001. *The Bible Societies of the World: Annual Report 2000*, Reading: United Bible Societies.
- Wilt, T. 2002. A new framework for Bible Translation, dans F. Tolmie, *Acta Theologica Supplementum*. Bloemfontein: University of the Free State Press.
- Worth, M. 1999. The Historical Imagination. Dans Soukup et Hodgson : 65-73.

« Le médium est le message »

C'est l'aphorisme fameux du «prophète des médias» Marshall McLuhan. Voici des thèmes toujours pertinents qu'il a énoncés il y a 40 ans * :

- toute technologie est liée à l'extension d'un sens [le livre de l'œil, la radio de l'oreille]. Les médias sont ainsi de véritables prothèses, des prolongements technologiques des individus.
- toute modification technique des médias entraîne une transformation sociale mais aussi du mode de perception et du psychisme individuel et collectif.
- le mode de communication, le médium, importe davantage que le message : « le médium est le message. »
- Le désarroi et l'inquiétude de l'homme du XX^e siècle proviennent de ce qu'il vit au confluent de deux âges : l'âge visuel de l'écriture et de la typographie et l'âge auditif de l'électricité et de la télématique.

*Pris d'Alexandrine Civarq-Racinais 1998. Marshall McLuhan : l'explorateur des médias, dans *La communication : État des savoirs*. Auxerre Cedex : Sciences Humaines. 297-300.