

LES TITRES DE FILMS: UNE APPROCHE PRAGMATIQUE

María Isabel PEÑALVER VICEA

Universidad de Alicante

Les titres de films: une approche pragmatique

“Si j’écris l’histoire avant d’avoir trouvé le titre, elle avorte généralement. Il faut un titre, parce que le titre est cette sorte de drapeau vers lequel on se dirige; le but qu’il faut atteindre, c’est expliquer le titre.”(Giono cité dans Duchet, 1973b, 53)

En tant qu’unité linguistique restreinte, le titre de film présente une spécificité pragmatique par rapport aux autres types de titres. Des contraintes de nature sémiotique et discursive conditionnent la forme et la manifestation de ces séquences linguistiques.

Nous voudrions étudier ici le comportement de l’intitulation filmique dans la mesure où elle constitue un processus culturel de communication de masse dans une société. Nous ferons aussi une approche métalinguistique en examinant les usages de cette unité peu étudiée dans une situation d’étiquetage.

Est-ce que les titres de films possèdent les mêmes caractéristiques que le reste des titres?

Il faut remarquer leur importance dans la publicité mais aussi tout ce qu’ils doivent à l’anthropologie culturelle; ils demandent donc une bonne connaissance linguistique et sociologique de la langue et de la culture dans laquelle ils s’inscrivent.

L’étude a été réalisée à partir d’un petit corpus composé de 1000 films¹ dont les réalisateurs français ont été choisis chronologiquement dès le début du cinéma français avec les frères Lumière jusqu’aux années 40 avec B.Tavernier.

Quelques films américains ont été aussi tenus en compte dans la mesure où ils constituent des exemples plus faciles à retenir.

Voici les points principaux qui seront développés:

1. Fonctions du titre de film dans le procès de la communication
2. Le titre de film dans l’énoncé: l’autonymie
 - 2.1. Le titre de film comme Nom Propre
 - 2.2. Le référent dans les titres de films
 - 2.3. L’Immutabilité des titres de films
 - 2.4 La Fonction Nominale
 - 2.5 Caractères typographiques proprement dits
3. La syntaxe du titre de film
4. Le titre de film: arbitraire ou motivation?
5. La traduction du titre de film, est-elle possible?

¹ Il s’agit des titres de films pris dans le CINÉGUIDE, Omnibus, 1994.

Nous voulons présenter le titre de film dans le procès de la communication en tant que “signal communicatif”(Hoek, 1981: 292) en examinant les fonctions, vu son comportement et ses particularités.

Le titre de film doit être considéré comme *unité sémiotico-linguistique* avec un émetteur et un récepteur qui se communiquent à travers ce message, le titre, dans un code spécifique.

Ce message est le titre dans un site d'étiquetage², l'affiche de cinéma qui constitue habituellement³ le canal, moyen de transmission.

Dans ce cas-là, l'émetteur peut être le réalisateur, le producteur, qui par des conditions commerciales d'exploitation du film influence le choix du titre, et/ ou la Maison de distribution du film, par exemple, si le film est étranger.

Le récepteur est le spectateur et/ou le lecteur.

Le message est le titre qui s'inscrit dans un code linguistique spécifique. Notre langue source contient un corpus de titres français mais il peut y avoir une langue cible lorsqu'il doit être traduit.

Le titre de film, qui déclenche un type particulier de référent, se produit dans un contexte et dans un cotexte. Nous en parlerons ultérieurement.

1. FONCTIONS DU TITRE DE FILM

Fonction appellative, qui permet au titre d'identifier le type de film et qui informe sur le thème du film, sur son co-texte. Le spectateur ne fait qu'imaginer une possible trame, une histoire

Le titre devient la première source d'information pour le spectateur. “Le titre a dans ce cas-là une fonction “documentaire”.”(Hoek, 1981: 275)

Il nous est arrivé d'avoir vu un film en fonction du thème suggéré par son titre. Par la même raison nous pouvons choisir entre ces films selon notre envie: *Jardinier brûlant des herbes*, *Le manoir du diable*, *Chicot*, *dentiste américain* ou *Le Voyage dans la lune*.

Fonction conative ou publicitaire orientée vers le spectateur ou lecteur, le titre vise à attirer une certaine réceptivité. Il doit provoquer chez lui une envie d'aller au cinéma. Dans ce sens: “Le titre définit, évoque, valorise”(Grivel, 1973: 170)

Hoek, qui étudie les fonctions des titres, parle d'une part de la fonction publicitaire et d'autre part de la fonction persuasive dont il dit: “Le titre sert à solliciter le lecteur à lire le contexte; cela veut dire qu'il sert à accrocher l'attention du lecteur, à l'appâter (...).”(1981: 275). Nous refusons *la fonction persuasive* de Hoek car nous la considérons déjà insérée dans *la fonction publicitaire*.

² Nous empruntons ce terme à Bernard Bosredon qui le définit ainsi: “Étiquetage (situation d'): Dispositif scriptovisuel par lequel un objet est identifié au moyen d'une séquence linguistique écrite continue”. (1997: 2)

³ Nous disons *habituellement* parce que nous verrons qu'il peut y avoir d'autres moyens de transmission tels que les revues, les journaux...qui ne sont pas inscrits dans ce type de site mais en discours.

Le titre doit attirer l'attention du spectateur en tant que produit de consommation.

Il faut reconnaître à cet égard, que le titre a pu provoquer une réaction de refoulement. C'est l'exemple du titre anglais *Fried green tomatoes* qui a été traduit en français par *Beignet de tomates vertes* et *Tomates verdes fritos* en espagnol. Ces traductions littérales ont provoqué une certaine "lacune" culturelle envers le récepteur. Il faut pourtant connaître le contexte pour bien comprendre la raison du choix du titre original du film: il paraît que *Fried green tomatoes* est un plat typique de certaines régions des Etats-Unis. En revanche, pour nous, en tant que spectateurs, la signification du titre perd toute sa valeur et toute la connotation, tant culinaire que culturelle. *Fried green tomatoes* est aussi le nom d'un restaurant aux Etats-Unis où l'on mange ce plat.

Le titre doit par conséquent provoquer une motivation chez le spectateur. C'est là qu'il faut bien profiter des facteurs de la publicité et du marketing. De cette façon, des titres tels que *Aquarium*, *Autruches*, ou *Arrivée en voiture*, n'éveillent pas chez nous une séduction pour aller au cinéma. Il faut comprendre qu'il s'agit des titres des frères Lumière, qui remontent aux débuts du Cinéma.

Fonction référentielle: où le titre doit renseigner immédiatement le lecteur. Elle informe le spectateur sur le référent du film, ou au moins celui-ci est son propos, et nous disons au moins car nous verrons qu'en ce qui concerne les titres de films, il se produit souvent un écart sémantique entre le contenu du film et le titre lui-même, dû aux conditions commerciales d'exploitation des films. Il faut dire que l'intitulation filmique est plus flexible par rapport à d'autres types de titres. Dans ce sens-là, ils se ressemblent plutôt aux titres de pièces de théâtre, aux slogans, qu'aux titres de romans, par exemple. Nous parlerons plus tard du problème de la référence dans ce type de site linguistique.

Fonction phatique, centrée sur le canal, qui à travers l'affiche publicitaire du film, la réception du titre devient assurée. Dans ce cas, cette fonction serait représentée de deux façons:

1) à travers l'affiche publicitaire sur laquelle le titre même est étiqueté. Le spectateur le regarde juste avant la vision du film.

2) à travers les revues de Cinéma, les journaux...où nous trouvons le titre en discours. Nous pouvons lire dans une revue de films, quelque chose comme: "Le film du réalisateur B. Tavernier, intitulé *Les baisers* fut un succès à cause de"

Fonction poétique produite par le titre lui-même. L'impact sur le spectateur a un rôle très important. Les titres emploient beaucoup de figures de rhétorique pour attirer la réception du spectateur. À cet égard, Gérard Vigner, lorsque'il parle de la distance du titre à l'oeuvre, il dit: "(...) le titre est beaucoup plus allusif, dispose d'un pouvoir informatif immédiat faible, mais fait jouer à fond toutes les figures de rhétorique, joue sur les mots, en un mot instaure avec le lecteur un climat plus ou moins euphorisant de reconnaissance, d'heureuse complicité." (1980: 40)

Ainsi, le film français *Docteur Popaul* (1972) du réalisateur Claude Chabrol produit une phonétique particulière et implique une certaine connaissance de ce mot. Nous

ne pourrons pas comprendre la traduction du titre faite sans savoir la référence de ce titre: le mot *Popaul* ou *Popol* qui est étymologiquement *l'hypocoristique du pénis*, est un nom propre qui signifie *Le pénis* (Dict. de l'Argot, 1994 s.v). Si nous tenons compte que dans ce film, le docteur Popaul aimait beaucoup les femmes, la traduction espagnole du titre, *El doctor Casanova*, s'approche culturellement du titre original dans la mesure où un "Casanova", en espagnol, est celui qui court tout le temps derrière les femmes. L'effet phonétique n'est pas le même en espagnol mais son équivalence sémantique n'en est pas loin.

Un autre film de Chabrol intitulé *Violette Nozière* fut traduit en espagnol par *Prostituta de día, Señorita de noche* car une traduction littérale aurait provoqué une perte de connotation culturelle. Nous ne pouvons comprendre le sens du titre sans savoir que le mot *nozière* se trouve dans le vocabulaire de l'argot renvoyant à *mézig* qui étymologiquement vient de *zigue* et de *guigue*: *filles enjouées* (Dict. de l'Argot s.v). *Mézig* désigne aussi *L'individu imbu de lui-même, dans le langage des policiers* (Dict. de l'Argot s.v).

C'est à travers cette fonction qu'il se produit une réactivation du discours de la répétition dans la mesure où l'intitulation filmique devient souvent une reprise d'autres titres: titres de romans, pièces de théâtre, comédies musicales.... On reprend d'autres titres pour accrocher le spectateur. Dans cette même ligne, G. Vigner, en parlant des titres, dit: "(...) Par le jeu de l'intertextualité, des connotations, ils renvoient à un arrière-plan socioculturel très marqué. Mais ils peuvent (...) constituer un matériel d'étude particulièrement intéressant en civilisation." (1980: p. 40)

Fonction métalinguistique, par laquelle, le titre en tant que séquence et signe linguistique renvoie à un objet linguistique qui est l'histoire du film, la trame, le co-texte. C'est à travers cette fonction que le titre devient ainsi "autonyme." (Rey-Debove, 1997: 2): "Les mots autonomes ("qui se désignent eux-mêmes") sont homomorphes(...)." (1997: 2)

Pour Rey-Debove, "La fonction métalinguistique est à la fois une prise en charge par le langage de la description des langues, et une autorégulation des moyens d'expression et de communication d'une langue." (1997: P.1). C'est précisément l'autonymie qui va accorder au titre cette spécificité.

Parlant de cette même fonction G. Vigner considère que "le titre peut être considéré comme une réécriture, une reformulation du texte aux fins d'élucidation. Le texte fournit ainsi sa propre traduction (traduction intralinguale). (...) Par le titre, le texte exhibe sa signification (...)." (1980: 30)

Dans la même ligne, Rey-Debove explique la différence entre le mot autonome et le mot métalinguistique: "Les mots autonomes sont des signes langagiers de signes langagiers, donc des mots métalinguistiques(...). Pour éviter l'ambiguïté de "mots métalinguistiques autonomes", on appellera "mots métalinguistiques" (strictu sensu), (...) et "mots autonomes" (...)." (1997: 29)

Il nous semble intéressant de faire remarquer ce phénomène qui concerne les titres en général et, en conséquence, le titre de film. Examinons par la suite le titre de film dans l'énoncé.

2. LE TITRE DE FILM DANS L'ÉNONCÉ: L'AUTONYMIE

2.1. Le titre de film comme Nom Propre

Est-ce que le titre d'un film peut être considéré comme le nom propre du film?

Le titre d'un film peut avoir la fonction de "nom propre" du film qu'il identifie et qui lui accorde un nom, une identité. C'est à travers lui que le film sera identifié pour toujours. Dans ce sens, il a le même rapport avec le film qu'il identifie que le titre d'un livre avec son référent: il est là, d'abord pour annoncer une histoire puis pour la rappeler. La complicité instaurée entre le titre et le cotexte est très importante. Le titre se présente comme la phrase-clé d'une histoire que nous ne connaissons pas encore.

Ainsi, par exemple, à chaque fois que nous citons le titre du film *Le crime de M. Lange*, nous rappelons l'histoire d'un crime dans les années 30- 40 du réalisateur Jean Renoir.

Il est vrai que le titre fonctionne ou peut fonctionner généralement comme le nom propre de son référent co-textuel, pourtant, en ce qui concerne les titres de films nous ne pouvons généraliser et affirmer catégoriquement avec J. Rey-Debove, lorsqu'elle parle du texte comme expansion du titre "Le texte serait une expansion du titre.(...) Il semble que le titre en regard du texte soit comme la légende qui accompagne une oeuvre d'art quelconque (...) et que tous deux se rapportent au modèle sémiotique du CATALOGUE; (...). Le titre signifierait non pas le texte, mais la même chose que le texte, de façon abrégée et focalisée: et sa situation d'apposition pourrait s'interpréter comme les deux points qui introduisent ce qu'on a annoncé (...). (1997: 273)

La plupart des fois, le titre est une phrase ou un mot du scénario même du film, une sorte de phrase-clé résumant le film, ce qui est très difficile. Pourtant, nous voulons dire par là que le titre, surtout dans l'affiche, devient un produit de consommation car il doit accrocher un public, attirer l'attention du spectateur, ce qui fait que parfois un titre est un mot ou une phrase qui n'a rien à voir avec le film ou simplement il y est pour provoquer une curiosité chez le spectateur. Cela même expliquerait l'intérêt qui suscite la traduction des titres de films dont nous parlerons ultérieurement. Le texte serait donc une expansion du titre, d'une certaine manière, mais sans l'étendre à toutes sortes de titres puisque le titre de film s'inscrit surtout, contrairement à d'autres types de titres, entre sémiotique(scriptovisuel) et rhétorique. Ainsi, par exemple, il y a eu des titres de romans qui ont changé leurs titres originaux que pour séduire le lecteur: *Les Fleurs du mal* de Baudelaire a été le second titre après *Les Lesbiennes* ou *Les Limbes*. *L'Éducation sentimentale* de Flaubert devait s'intituler *Fruits secs* (Genette, 1987: 64).

2.2. Le référent dans le titre de film

La question de la référence des titres de films devient un des points les plus intéressants dans ce type de séquence linguistique Elle se ramifie et lui accorde plusieurs

référents: le titre de film en tant qu' "étiquette"⁴ linguistique dans l'affiche publicitaire réfère à l'image qui est dans cette affiche. Bernard Bosredon définit ainsi l'étiquette: "Séquence de signes écrite identifiant un référent in praesentia dans une situation d'étiquetage." (1997: 9). Il s'agit du titre de film *in praesentia* dans la mesure où la séquence linguistique est sous l'image dans l'affiche. Le référent serait ainsi contextuel.

-Il arrive aussi que le titre réactive une autre sorte de référent: le titre n'est pas dans l'affiche publicitaire, il se trouve inscrit dans un dictionnaire, une revue de cinéma, un catalogue...il n'est pas *in praesentia* il est *in absentia* et il n'est plus une étiquette. Il s'agit d'un titre dans une textualité linguistique et par conséquent c'est un titre méta-linguistique: il est là pour référer à un co-texte, à une trame, à une histoire.

Il se peut aussi que les titres de films aient été repris d'un titre d'un livre, d'une comédie musicale ou d'une pièce de théâtre etc. Qu'est-ce qui se passe dans ce cas-là? Ceux-ci réfèrent donc au film même mais aussi au livre, à la pièce de théâtre.... Ce qui arrive, c'est qu'il se produit une reprise en discours, une réactivation du discours répété⁵. Les titres de films seraient donc inclus dans le discours répété de même, par exemple, qu'un superlatif lexicalisé, au niveau de la syntaxe, qu'un proverbe, qu'une locution ou qu'un slogan, au niveau de la phrase. Il se produit, dans ces types de séquences linguistiques, un figement qu'on ne peut plus changer. Un titre reste un titre pour toujours de même qu'une locution ou une expression.

Citons quelques exemples de réactivation dans les titres de films choisis à partir des titres de romans. Tel est le cas des deux films du réalisateur J. Renoir dont le film intitulé *La bête humaine* a été repris du titre du roman de Zola, et *Le déjeuner sur l'herbe* est aussi le titre du tableau de Manet (1863). Le tableau *Guernica* de Pablo Picasso a inspiré le film du même titre de A. Resnais, ou le film du même réalisateur *Hiroshima Mon Amour* repris du roman de M. Duras.

Nous devons dire que les valeurs référentielles du titre de film sont ainsi multiples car il renvoie à l'image, à la trame et à d'autres types de discours ou formes d'œuvres déjà figés.

2.3. Immutabilité des titres de films

C'est le caractère autonome qui fait avoir aux titres une autre propriété: leur immutabilité. Les titres de films possèdent aussi comme le reste des titres cette particularité.

Contrairement aux constituants de la phrase, le titre reste toujours figé. Ainsi par exemple, lorsque nous parlons du titre d'un film, ses constituants ne peuvent jamais être

⁴ Nous empruntons ce terme à Bernard Bosredon qui a fait une étude sur les titres de tableaux dans une situation d'étiquetage.

⁵ Notes de J. Filliolet lors du cours universitaire d'été en Sorbonne, 1998. Il expliquait que Coseriu différencie entre *Technique du discours* et *discours répété*. Selon J. Filliolet. Pour Coseriu: "le discours répété comprend tout ce qui est traditionnellement figé comme expression, phrase ou locution et dont les éléments constitutifs ne sont pas remplaçables ou recombinaisons selon des règles actuelles de la langue."

changés de position. Ce qui explique son figement et l'impossibilité de mutation de ses éléments.

Dans cette même ligne, Bosredon considère: "(...) les constituants d'un titre sont indéformables et, en conséquence, détachés de tout paradigme distributionnel, contrairement aux constituants d'une phrase. (...) Cette fixité de la formule de Tt est confirmée par son statut autonymique de forme qui ne peut être que citée littéralement." (Bosredon, Tamba, 1995: 3)

Nous pouvons faire une phrase telle que "Ma mère va tous les jours au marché," alors que si nous citons un titre d'un film nous ne pouvons pas parler *du crime de M. Lange*, il faut écrire *Le crime de M. Lange*. Nous ne ferons jamais, par exemple, de liaison en tête de phrase avec le mot précédent. En revanche, lorsque nous travaillons avec les constituants d'une phrase, nous pouvons changer la position des éléments dans la phrase. Ainsi une phrase telle que: *Elle va tous les jours au marché avec sa mère*, peut être modifiée et nous pouvons aussi écrire *Tous les jours, elle va avec sa mère au marché*. Rien ne change le sens de la phrase.

2.4. La fonction nominale des titres

C'est justement l'autonymie qui instaure cette fonction. De même que tous les titres, les titres de films suivent en discours un comportement syntaxique dont la fonction est nominale⁶, ils acquièrent cette fonction et ne peuvent la changer. Ainsi je peux dire: j'ai vu *Le crime de M. Lange*, titre dont la fonction est C.O.D. Mais je peux aussi dire: *Le crime de M. Lange* ne me plaît pas, syntagme qui fonctionnerait comme sujet.

Le fait que le titre de film soit autonome limite la possibilité de fonctionnement d'autres types de syntagmes

2.5. Les traits typographiques

Cette même spécificité confère aux titres et par conséquent aux titres de films des traits typographiques propres.

Les titres de films doivent toujours s'écrire en italiques ou entre guillemets et ils doivent obligatoirement commencer par majuscule. Prenons comme exemple le film de Louis Buñuel intitulé *On a volé un tram*. Le titre de ce film doit commencer toujours par majuscule et il sera interdit de faire la liaison en tête de titre.

La longueur du titre de film reste limitée afin de pouvoir fournir au spectateur une rétention de cet énoncé linguistique à cause des conditions commerciales d'exploitations des films. Un titre contient de deux à huit syllabes. Sur l'affiche publicitaire, les titres de films sont lus, paradoxalement, verticalement. Lorsqu'il y a plus d'une syllabe, il s'allonge de haut en bas suivant le parcours visuel du spectateur.

⁶ Bosredon et I. Tamba expliquent déjà cette fonction dans les titres de tableaux.

3. SYNTAXE DU TITRE DE FILM

La structure la plus fréquente du titre de film est le syntagme nominal, isolé ou éventuellement accompagné d'adjectifs et/ou précédés de déterminants et/ou suivi d'une expansion prépositionnelle et/ou précédé de déterminant: *Banque, Pompiers, Démolition d'un mur, Arroseur Arrosé*, (Lumière); *Hôtel du Nord, Les visiteurs du soir*, (Marcel Carné); *Voyage d'agrément, Josette, Monsieur personne* (Christian Jacque)

Dû à l'absence de verbe, les titres sont caractérisés par leur «*a-grammaticalité* du moins en regard de la norme syntaxique communément admise.» (Vigner, 1980: 38) dans la mesure où la plupart de leurs constituants sont toujours des noms.

Le procédé syntaxique le plus commun est celui de la nominalisation, qui efface ainsi la notion de temps. Elle doit y rassembler le maximum d'information. «La fonction de la nominalisation est essentiellement récapitulative ».(1980: 38).

L'élément verbal est supprimé généralement au profit de l'élément nominal: *L'oeil du malin, Les biches, Le scandale, La rupture* (Chabrol, C.).

«Dans la phrase nominale, l'élément assertif, étant nominal, n'est pas susceptible des déterminations que la forme verbale porte: modalités temporelles, personnelles, etc».(Benveniste, 1966: 159)

Dans cette même ligne, Hoek parle de l'informativité du titre: "Un tout premier effet est formé par l'informativité du titre; l'information d'une phrase entière étant condensée dans un seul syntagme nominal, il résulte de cette contraction pour le titre une élimination de la redondance dans l'énoncé et une augmentation de son informativité." (1981: 63)

L'on a toujours dit que les titres de films sont caractérisés par l'*a-grammaticalité* ou *sémi-grammaticalité*. Il faut leur accorder une autonomie et c'est précisément en fonction de cette autonomie qu'ils participent d'une multiplicité de valeurs et usages. Le fait qu'il n'ait pas la plupart des fois un verbe n'explique pas la présence d'autre fonctionnement qui remplace le manque de cette catégorie.

Quelle est alors la structure syntaxique la plus répandue dans les titres de films?

Tout au début de l'histoire de cinéma, il est très fréquent de trouver des titres mononucléaires composés par des SN isolés, à la façon des étiquettes. Voici quelques exemples de films des frères Lumière: *Aquarium, Autruches, Banque, Forgerons, Pompier, Photographie*.

En même temps, le titre apparaît souvent avec la structure suivante: Sans déterminant + SN en expansion (C. Adjoint):

Lancement d'un navire, Partie de boules, Partie de cartes, Déjeuner du chat, Démolition d'un mur, Partie de tric-trac, Repos en famille, Repos de bébé, Course en sacs (Lumière). *Arrivée d'un train en gare de Vincennes, Escamotage d'une dame chez Robert-Houdini, Explosion du cuirassé "Maine", Civilisation à travers les âges, Séance de prestidigitation*(Méliès).

Nous pouvons constater la présence d'un substantif en tête de séquence suivi d'un complément adjoint soit C.N. soit C.C.

Le SN précédé de déterminant (article défini le plus souvent) en expansion sera aussi très fréquent:

Le malade imaginaire, Le petit chaperon rouge, La danseuse microscopique(Méliès). *Les quatre-cents coups, Le dernier métro, La nuit américaine, L'enfant sauvage, La chambre verte, Les deux anglaises et le continent, La sirène de Mississipi, L'histoire d'Adèle, L'amour en fuit, La femme d'à côté* (Truffaut).

Plus tard, les titres suivant cette structure, commencent à introduire quelques syntagmes verbaux comportant des phrases et même des relatives tels que: *Tirez sur le pianiste, La mariée était en noire, L'homme qui aimait les femmes.*(Truffaut).

Et finalement nous trouvons aussi des structures en apposition, des phrases juxtaposées qui seront moins fréquents: *Hiroshima, Mon amour, je t'aime, je t'aime, je t'aime* (Resnais). *Oscar, champion de tennis*(Tati, J.)

4. LES TITRES DE FILMS: ARBITRAIRE OU MOTIVATION?

Le titre d'un film est choisi pour et en raison de quelque chose. Il doit, en général, se rapporter au film, à la trame du film. Il a une autonomie et un rôle d'existence, une raison d'être, il est là pour quelque chose. Il est choisi visant à plaire à un public film, à un spectateur situé dans une société et dans une culture. Le rôle de la mercatique devient le plus important, le film apparaît comme un produit de consommation plutôt qu'une oeuvre d'art.

Le titre de film est pour cette raison motivé et non arbitraire. Cette affirmation pourrait se corroborer lorsque nous trouvons des titres dont leurs traductions n'ont rien à avoir avec le titre original et dont nous allons parler.

5. LA TRADUCTION DES TITRES DE FILMS, EST-ELLE POSSIBLE?

Le titre de film est motivé et non arbitraire. Tant le titre de la langue source que celui de la langue cible est choisi en fonction d'une motivation. Plusieurs procédures peuvent être suivies:

– La traduction du titre peut être littérale. Dans ce cas-là, la réception du titre pour le spectateur ne change pas s'il s'agit des langues dont la culture est proche.

– Il se peut aussi que la traduction du titre soit littérale mais que les langues éprouvent un écart socio-culturel. Elle peut alors devenir catastrophique pour le film qui sera un échec commercial. Tout le monde connaît l'erreur de traduction du titre du film de Truffaut: *Les quatre-cents coups* dont la traduction espagnole produit une perte socio-linguistique. *Faire les quatre-cents coups*, est une expression en français qui veut dire en espagnol quelque chose comme: *hacer las mil y una diabluras*.

– La traduction n'est pas littérale. Des procédés de traduction interviennent pour faire plus attirant le titre. Dans ce cas-là, il peut être un succès ou un échec selon la réceptivité des spectateurs dans ce moment. Les titres de films peuvent changer leur traduction selon la langue du pays où le film se présente.

Pourquoi alors si le titre de film est autonome peut se traduire?; quel est le dispositif discursif qui fait possible ce phénomène?

Rey-Debove et d'autres linguistes ont toujours averti de l'impossibilité de traduction des titres en tant que signes autonomes. Un signe autonome ne peut jamais être traduit.

Cet auteur nous explique la raison de la possibilité de traduction des titres: "En fait ce qui est traduit n'est pas le nom propre métalinguistique, mais le titre contextuel auquel ce nom emprunte son signifiant. Le titre traduit d'une oeuvre non traduite est un "signe bilingue(...)"(Rey-Debove, 1997: 276)

La traduction littéraire du film de Alain Resnais *Mon oncle d'Amérique / Mi tío de América*, ou celle du titre *Les affaires publiques* de Robert Bresson, qui n'est pas littérale, *Tres días de un dictador imaginario*, ne sont pas de signes autonomes mais simplement des traductions de titres dans un contexte et non dans un cotexte en discours.

"(...)Son statut linguistique est l'autonyme". Le statut non réflexif, non autonymique du titre lui permet d'être traduit."(1997: 276)

Il faut ajouter en plus que le choix du titre a toujours été très surveillé. Nous n'avons qu'à parler de la censure où l'on trouve non seulement la prohibition concernant certains aspects de la religion, de la politique mais aussi le titre lui-même. Il était un des points à relever. Dans cet exemple, nous pouvons voir que le titre était entre les éléments à censurer:

"Sexo (adulterio, escenas de pasión, seducción y violación, perversiones sexuales, prostitución, relaciones sexuales entre blancos y negros, higiene sexual, partos, exhibición de genitales infantiles).

Vulgaridad.

Obscenidad.

Religión (respeto hacia ministros de culto y ceremonias religiosas).

Títulos de películas.

Temas repelentes(ejecuciones, torturas, brutalidad, esclavitud, operaciones quirúrgicas)."(Gubern, 1981: 46)

Cela explique la plupart des fois que les erreurs de traduction aient suscité un certain rejet chez le spectateur. Citons seulement quelques films très connus dont la traduction a provoqué des réactions de surprise, sans oublier que peut-être, une traduction littérale aurait entraîné un refus du film:

Le film anglais, très connu, intitulé originairement *A funny Thing happened on the way to the Forum* est traduit en français par *Le Forum en folie* et en espagnol *Golfus de Roma*. De même, *La mélodie du bonheur* est le titre traduit du film *The sound of the music* et *Sonrisas y lágrimas* en espagnol. *High Noon* est traduit en français par *Le train sifflera trois fois* et en espagnol *Solo ante el peligro*.

Comme conclusion, nous aurions voulu démontrer que le titre de film présente une spécificité par rapport aux autres types de titres. Quelques contraintes discursives conditionnent la forme et la manifestation des ces séquences linguistiques.

Le titre est un moyen de communication de masse nécessaire. Le lecteur, le spectateur dans ce cas, ignore tout jusqu'au moment où le titre lui est donné. IL faut toujours

commencer par le titre qui a la primauté sur tous les autres éléments et permet de faire remarquer des procédures très intéressantes dans le domaine d'une linguistique textuelle.

La capacité d'intituler des films, des romans...est aussi une compétence discursive importante dans le domaine de l'analyse du discours.

“Par le titre une médiatisation a lieu par laquelle la société insère des données sociologiques. Les conditions et évolutions sociales et économiques qui déterminent la production et la réception des titres, les évolutions esthétiques et sociales, les registres linguistiques.”(Hoek: 148)

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES:

- ARMENGAUD, F. (1988): *Titres*, Paris, Méridiens, Klincksieck.
- BENVENISTE, E. (1966): *Problèmes de linguistique générale I et II*, Paris, Gallimard.
- BOSREDON, B., y FISCHER, S. (1991): “Etiquetage et objets de représentation ou “Ce N impossible”, *La Deixis*, pp. 487-497, Paris, PUF.
- BOSREDON, B., y TAMBA, I. (1995): Titres de tableaux et noms propres, *Nom propre et nomination*, M. Noailly (éd): Paris, Klincksieck.
- BOSREDON, B. (1997): *Les titres de tableaux. Une pragmatique de l'identification*, Paris, PUF.
- DUBOIS, J. et alii (groupe mu)(1970) b; “Titres de films” in “Rhétoriques particulières”, in *Communications* 16, pp. 94-102.
- DUCHET, Cl. (1973): “La fille abandonnée et “La bête humaine” éléments de titrologie romanesque, *Littérature*, n° 12, pp 43-47.
- GENETTE, G. (1987): *Seuils*, coll Poétique, édition du Seuil, “Les titres”, pp. 54-97.
- GRIVEL, Ch. (1973): *Production de l'intérêt romanesque*, The Hague-Paris, Mouton, pp.161-181.
- GRUNIG, B.-N. (1990): *Les mots de la publicité*, Presses du CNRS.
- HOEK, L. O. (1981): *La marque du titre, Dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, La Haye Paris New York, Mouton.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1980): *L'énonciation, de la subjectivité dans le langage*, Paris, A. Colin.
- KLEIBER, G. (1981): *Problèmes de référence: descriptions définies et noms propres*, Paris, Klincksieck.
- REY-DEBOVE, J. (1997): *Le métalangage. Etude linguistique du discours sur le langage*, Paris, Armand Colin/Masson.
- TAMBA, I. (1991): *La sémantique*, coll. Que sais-je? Paris, PUF.
- VIGNER, G. (1980): “Une unité discursive restreinte: le titre. Caractéristiques et apprentissage”, *Le français dans le monde*, n° 156, pp. 30-60.

Dictionnaires:

COLIN, J.-P., Y MÉVEZ, J.-P. (1994): *Dictionnaire de l'Argot*, París, Larousse

LOURCELLES, J. (1992): *Dictionnaire du Cinéma*, París, Robert.

PASSEK, J. L. (1989): *Diccionario del Cine*, Madrid, Rialp.

TORRES, A. M. (1996): *Diccionario de Cine*, Madrid, Espasa Calpe.

TULARD, J. (1988): *Dictionnaire de Cinéma*, París, Robert Laffont.