

Pratique réflexive sur la traduction collaborative en ligne en Turquie : 100% user-made translation

Emine Bogenç Demirel et Zeynep Görgüler
Université technique de Yıldız, Istanbul

Reflexive practice on online collaborative translation in Turkey: “100% user-made translation” – Abstract

Along with the process of globalization, the development and proliferation of technological infrastructure and communication tools have transformed the direction of society. In particular, the use of internet-based media and communication technology in the 21st century have created a network society. The mass movements created by this society have reinvented the practice of translation. It is therefore increasingly important to reflect on the role of technology in the field of translation. This study focuses on translation-centered social media communities in Turkey, using new theoretical concepts such as amateur/voluntary translation/translators, participative/collaborative/mass translation movements and user-made translation. This paper will question how social evolution resulting from new media and communication technology has influenced both the practice of translation and the ethical and deontological perception of the translator.

Keywords

Sociology of translation, collaborative/participative translation, amateur/voluntary translator, virtual community, Turkey

Un nouveau règne s'annonce, qui brouille toutes les frontières : celui du pro-am (professionnel-amateur), expert autodidacte, citoyen-acteur, créateur à part entière. (Flichy, 2010, p. 55)

Au cours de la dernière décennie, le développement et l'expansion rapide des Technologies de l'Information et de Communication (TIC) liés au phénomène de la mondialisation, ont transformé notre société. Ce changement est accentué par la réalisation de contenus multimédias, l'usage des réseaux sociaux interactifs, des blogs qui créent des nouvelles formes d'organisation de temps, de lieux de contacts et d'expressions. L'utilisation des possibilités du Web 2.0 occupe une place importante dans le partage de l'information et l'Internet communautaire devient un média en puissance avec une foule d'anonyme.

Avec l'essor de la technologie, les fonctionnalités et l'accès à des contenus sont transformés et les réseaux sociaux ont révolutionné notre manière d'échanger et d'accéder à l'information. Comme le remarque Lipovetsky, « l'hypervitesse, l'accessibilité directe, l'immédiateté s'imposent comme de nouvelles exigences temporelles » (2006, p. 101) de la société digitale, société numérique, société du réseau ou société d'information. Toutes ces sociétés au 21^e siècle sont structurées au sein du réseau Internet. Dans cette période actuelle souvent marquée par la croissance économique et l'augmentation du niveau de productivité, nous pouvons assister à une distribution de masse ; c'est le concept-clé *masse* qui caractérise désormais notre société. Cette transformation sociale fait émerger différents types de production, de consommation, de média et de distribution comme la *production de masse*, la *consommation de masse*, les *médias de masse*, les *réseaux de distribution de masse*.

Le contexte concurrentiel d'aujourd'hui crée aussi de nouveaux codes dans les comportements et les usages. Dès lors, un « *Homo consumericus* de troisième type voit le jour, une espèce de turbo-consommateur décalé, mobile, flexible, largement affranchi des anciennes cultures de classe, imprévisible dans ses goûts et ses achats, à l'affût d'expériences émotionnelles et de mieux-être, de qualité de vie et de santé, de marques et d'authenticité, d'immédiateté et de communication, » dit Lipovetsky (2006, p. 4 de la couverture). Ces nouveaux comportements sont marqués par des « encadrements spatio-temporels de la consommation » (Lipovetsky, 2006, p. 101).

1. Contexte en question

Ce travail s'attachera à montrer les préoccupations qui vont au-delà des seules considérations linguistiques pour réussir l'acte de communication interculturelle du *100 % user-made translation* en Turquie. Différents axes de réflexion sont proposés par le biais des pratiques traductives. Tout en considérant que la traduction appartient au contexte social, quel est l'impact de la société de masse sur les pratiques traductives ? Quel est le rapport du *conso-traducteur* dans ces nouvelles pratiques de *consommation continue* ? S'agit-il d'une sorte d'*hédonisme consommatoire* ? Quels sont les principes du positionnement des agents participant à l'activité traductive dans cet environnement virtuel ? S'agit-il d'une nouvelle qualité en traduction et un nouveau public cible, un *grand public* ? Quels sont les différents paramètres et enjeux-éthiques, déontologiques ? En nous appuyant sur les exemples des plates-formes collaboratives de traduction organisées au sein du réseau web, nous démontrerons la transformation des pratiques traductives en Turquie. Afin de mieux cerner notre cadre d'étude, pré-définir notre paramètre *grand public* fait l'objet de notre démarche essentielle.

2. Définition du *grand public* dans la société digitale : les *natifs numériques/ les digital natives*...

Nous constatons que les usages numériques transforment le concept du *grand public*, ainsi que toutes les *pratiques*. Dans le contexte de changement digital, un nouveau public façonné par les technologies numériques apparaît dans la traduction collaborative en ligne ; il s'agit de la première génération numérique GENE-TIC, les *natifs numériques/ les digital natives*. L'objectif de ce travail est de caractériser ce *grand public* et de partager quelques exemples tirés du champ turc. Suite aux travaux de Marc Prensky, le terme *Digital Native* (natifs numériques) ou bien la *Génération Y* décrit la génération des adolescents (11-18 ans) et des jeunes adultes (18-25 ans) d'aujourd'hui. Selon Prensky, les natifs numériques ont des nouvelles formes de comportements, des pratiques de consommation et de production tout à fait spécifique. Ils sont entourés depuis leurs jeunes âges par des nouvelles technologies et des nouveaux médias qu'ils consomment massivement et développent une autre manière de penser et d'appréhender le monde (2001, pp. 1-2).

3. Approche méthodologique et quelques postulats

Nous aborderons la traduction collaborative en ligne en Turquie et pour ce faire, nous profiterons des notions et concepts empruntés à la *Sociologie de la traduction* et particulièrement à Pierre Bourdieu – habitus, champ, légitimation, positionnement, relationnel, réflexif. « L'import-export intellectuel » et la « science des relations internationales en matière de culture » que Bourdieu a révélés dans son article intitulé « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées » (1990, pp. 3-8) sont les thèmes inspirateurs. Nous avons également eu recours aux idées de Sapiro et Heilbron : « pour comprendre la traduction comme pratique sociale et comme vecteur des échanges culturels internationaux, il est nécessaire de réintégrer dans l'analyse tous les acteurs – individus et institutions – qui en sont partie prenante » (Sapiro & Heilbron, 2008, p. 43).

Nous constatons qu'à l'ère digitale, le champ de la traduction s'est enrichi d'un nouveau courant dénommé *technologique*. Le succès des technologies numériques entraînent de nouvelles pratiques traductives. Toutefois, il est évident qu'il faut varier les approches et qu'il ne faut surtout pas négliger celles traitant la pénétration sociale des usages numériques dans le champ de la traduction.

4. Regard sociologique sur le *Web 2.0*

Les technologies numériques renforcent les activités sociales et surtout le réseau *internet* offre de larges possibilités d'échanges et de coopérations aux individus. Dans ce cadre, les mutations liées à des nouvelles technologies de l'information et de la communication ouvrent sur des nouveaux paradigmes sociaux. Considérant le principal vecteur communicationnel *Web 2.0* comme un champ social, nous insisterons sur les nouvelles sociabilités émergentes. Ces dernières sont profondément renouvelées et caractérisées par différentes nominations telles que société de *masse*, société *numérique*, société *digitale*, société de *l'information* ou société en *réseaux*. Cette nouvelle structuration nous permet de comprendre notamment la période de *révolution*, de *transformation*, de *mutation* annoncée par l'usage répandu de *l'Internet*. A cet égard, nous décrivons les principales caractéristiques de cette société digitale en recherchant des réponses aux questions suivantes :

- Comment et de quelles manières les usages numériques transforment-ils *le champ social* ?

- Quels sont les acteurs centraux et les nouveaux genres d'organisation sociale apparus avec la montée en puissance des réseaux numériques ?
- Quels sont les effets produits par les interfaces numériques sur les comportements sociaux des individus tels que *les pratiques, les habitus, les tendances* ?
- Sous l'influence des nouvelles technologies et des réseaux numériques, comment faut-il agir au sens *éthique* dans cette nouvelle sociabilité ? Devant la gravité des enjeux éthiques, quelles seront les stratégies adoptées pour combler les vides juridiques ?

Comme dit Casilli, « les technologies numériques en réseau font maintenant l'objet de nombreuses études dans la plupart des champs disciplinaires : sociologie, anthropologie, sciences de l'information et de la communication, art, philosophie... » (2010, pp. 20-21). Nous récapitulons à présent les différentes dynamiques de notre propos.

5. Une sociabilité médiatisée

Aujourd'hui, le numérique est présent partout. La société numérique est la marque d'un changement radical. Isabelle Compiègne explique ainsi :

Cette société émergente est massivement *virtuelle* et *interactive*. Le virtuel ne peut être assigné à aucune coordonnée *spatio-temporelle*, il brouille les frontières et les délimitations strictes du *réel, l'intérieur* et *l'extérieur* s'interpénètrent, le rapport de la sphère *privée* à la sphère *publique* se modifie. (2011, p. 15)

Dans cette configuration, les critères traditionnels de la relation sociale sont bouleversés. Compiègne s'appuie sur ce nouvel environnement *virtuel* où tout se vit *à distance*, dans *l'anonymat* amenant à une *sociabilité médiatisée* (2011, p. 35).

Il s'agit là d'une démocratie participative avec des mouvements sociaux participatifs ouvrant la voie vers un changement de la gestion urbaine avec l'émergence de nouveaux espaces publics et nouveaux genres d'organisation sociale avec toutes les communautés participatives : les médias sociaux – Facebook, Twitter / les communautés en ligne / les wikis / les outils open / les dispositifs mobiles / les blogs / les plateformes collectives...

Cela dit, aujourd'hui,

l'interactivité est une autre spécificité de cette société virtuelle. Requérant *vitesse* et *réactivité*, l'interactivité crée un *lien* entre le *média* et *l'individu* qui devient actif. Elle renouvelle la notion de *participation* et en permet un usage fortement personnalisé. (Compiègne, 2011, p. 15)

6. Nouveaux agents du champ social numérique

Les nouvelles formes de sociabilité formée par et autour du concept de *masse* ont aussi transformé les pratiques relationnelles telles que les habitus, les tendances, les modes de vie. Entrelacement entre relations ordinaires et correspondants virtuels produit une transformation visible au niveau des dynamiques sociales et les nouveaux agents/rôles témoignent le jeu en ligne. Avec les nouvelles pratiques de sociabilité, avec l'internet de masse et du *Web 2.0*, les nouveaux agents sont apparus. Cela renvoie en particulier aux transformations des relations interpersonnelles et aux pratiques collectives/participatives. Si nous repérons les comportements en ligne, les amateurs / les bénévoles / les FANS / les UGT (User-generated translator)... défilent sur le *Web*.

Avec les nouveaux agents du champ social numérique, le progrès social passe par une *démocratisation des compétences* et nous sommes face à l'apparition d'un nouveau type d'individu, le *pro-am*, un concept hybride qui réunit le professionnel et l'amateur. Flichy, dans son oeuvre intitulée, *Le Sacré de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, considère l'amateur ayant des *connaissances identiques* à celle de l'*expert*. Les pratiques *collectives* et *participatives* des amateurs deviennent centrales au niveau de la *production, distribution et consommation* des biens culturels (2010, pp. 7-8). Le *pro-am* met en oeuvre ses *compétences* en s'adressant à un grand public. En s'engageant dans les pratiques sociales, il est guidé par la *curiosité, l'émotion, la passion, le désir et l'attachement* à des pratiques souvent partagées avec d'autres (2010, p. 12).

7. Enjeux éthiques et stratégies adoptées

Le même contexte numérique rend l'ambiance sociale moins confiante, plus méfiante. Il est évident que le fait de concilier sécurité et liberté devient problématique. La collectivité numérique doit donc proposer des alternatives nouvelles, plus sûres et plus adaptées. Elle pourrait bien receler un potentiel ambivalent de *liberté* et de *surveillance*. La société de liberté ou de surveillance peut donner accès à une liberté d'expression, au libre accès au savoir, à la libre circulation de l'information ou comme affirme Compiègne, à

la disparition des frontières entre la sphère privée et la sphère publique, valorisation de la transparence et de la visibilité, démocratisation des compétences, système d'organisation social horizontal. (2011, pp. 71-72)

De l'autre côté, dans l'environnement numérique, les données les plus personnelles sont visibles et à la portée de tous ; ce qui augmente notamment les facteurs de risques mettant en péril la vie privée et les libertés individuelles. Alors, tout est surveillé par tout le monde ! Pour cerner et limiter ces risques éthiques,

[...] des stratégies sont adoptées sur le plan individuel pour se protéger, sans que cela suffise. Devant la gravité des enjeux aux niveaux juridiques, techniques, éthiques [...] portent sur l'opportunité de définir de nouveaux droits et de combler les vides juridiques. (Compiègne, 2011, p. 81)

Actuellement, des travaux à but non lucratif proposant une solution alternative légale aux personnes souhaitent libérer les oeuvres digitales. En fait, il s'agit d'un renouvellement complet des procédures juridiques pour mieux réaliser les contrôles et les surveillances dans le cyberspace. Les *Creative Commons* (CC), constituent un ensemble de licences régissant les conditions de réutilisation et/ou de distribution d'oeuvres (particulièrement d'oeuvres multimédias diffusées sur Internet). Ainsi, il serait possible de restreindre les droits des travaux, le *droit d'auteur* (ou *copyright*)... afin de protéger la confidentialité, la vie privée/vie sociale... (www.creativecommons.fr)

8. Nouvelles pratiques traductives à l'ère digitale

Nous tenons à présent à montrer les préoccupations de l'acte de communication interculturelle du *100 % user-made translation* en Turquie. Dans ce but, il faudrait certainement faire quelques rappels sur les approches méthodologiques.

Yves Gambier considère l'acte de *traduire* comme une pratique appartenant au contexte social. Il s'interroge sur l'impact des dynamiques sociales sur les pratiques traductives. En mettant l'accent sur la pénétration du réseau internet dans toutes les activités sociales et individuelles, Gambier met en question les effets causés par les nouvelles sociabilités sur le

domaine de la *traduction* et sur l'identité du *traducteur*. Dans son article intitulé « Traduction : des métiers différents, un processus commun » (2012), il attire l'attention sur la structure « fragmentaire » de la traduction et sur la « diversité » identitaire du traducteur annoncé par les réseaux numériques (2012, pp. 2-3). Analysant les nouvelles pratiques traductives avec une approche sociologique, il définit le nouvel environnement de travail des traducteurs comme suit :

[...] on peut dire que l'informatique a fait bouger les lignes dans le monde de la traduction, transformant les ressources du traducteur et accélérant les possibilités de traduction. [...] Les composants informatisés de cet environnement sont désormais nombreux. On peut citer les logiciels de mémoire de traduction, de gestion de terminologie [...] sans oublier non plus le partage d'expériences grâce aux listes de diffusion, aux *blogs*, ou encore aux *médias sociaux* comme LinkedIn. (Gambier, 2012, pp. 7-8)

Dans son propos, Gambier souligne la notion de *médias sociaux* qui démontre l'émergence des nouveaux agents dans le champ de la traduction ; ce qui fait appel à des traductions réalisées par de nouveaux types de traducteurs. Alors, comment pouvons-nous qualifier ces nouveaux traducteurs apparus avec les réseaux numériques ? Pour ce faire, nous prendrons comme guide les différents types de *communautés de traduction en ligne* distingués par Gambier dans son article cité ci-dessus.

L'auteur typifie les pratiques traductives entraînées par les innovations technologiques telles que la *traduction amateur*, la *traduction des fans*, la *traduction crowdsourcing* ou *participative*, la *traduction collaborative*, la *traduction bénévole par réseau*. Ces communautés de traduction en ligne devenues visibles avec la *Toile internet*, transforment le producteur de contenu. Nous assistons ainsi à un décentrement vers l'acteur. Le contenu est produit par l'utilisateur. Cet nouvel environnement de travail permet aux internautes de partager leurs diverses motivations, leurs divers désirs par l'intermédiaire des pratiques traductives. Les traductions faites en ligne par les fans, par les amateurs, par les bénévoles montrent la *multiplication des étiquettes* au niveau de l'*identité numérique* du traducteur (Gambier, 2012, pp. 8-10).

Toujours dans ce même axe de réflexion, Minako O'Hagan avec son regard sociologique classe l'identité numérique du traducteur en tant qu'un *conso-traducteur*. Avec son approche interdisciplinaire, O'Hagan problématise l'impact des nouvelles technologies de l'information et de la communication sur la pratique traductive en mettant l'accent sur la notion *user-generated translation (UGT)*. Dans ce contexte, l'avènement du Web 2.0 caractérisés par l'utilisation des médias sociaux, permet aux internautes de créer volontairement des contenus digitaux. Selon O'Hagan, les *communautés virtuelles* structurées au niveau des médias sociaux rendent visibles la *participation* des internautes au processus de la *production* et de la *distribution* des traductions sur la Toile. Partant de ce constat, O'Hagan propose le terme *user-generated translation* pour les pratiques traductives qui se développent sur les plateformes de jeux digitaux, les communautés virtuelles des fans (fanlation, scanlation), sur les micros-blogs (Facebook, Twitter...) etc... Toutes ces nouvelles formes de traduction qui se produisent par les conso-traducteurs sont caractérisées par un travail *participatif* et *coopératif* sur le Web 2.0 (2011, pp. 13-14).

9. Exemples de pratiques traductives collaboratives en Turquie à l'ère digitale

Considérant l'importance de la transformation des pratiques traductives produite par les nouvelles formes de sociabilités au 21^e siècle structurées au sein du réseau internet, les traductions réalisées par les bénévoles et les amateurs sont présentes dans les réseaux sociaux en Turquie. Notre propos implique des exemples significatifs tirés de différents domaines comme le droit, les médias alternatifs, les jeux en ligne, les plateformes de scanlation qui seront explorés afin de mieux cerner les dynamiques de réseaux et les liens.

Plateforme des défenseurs des Droits de l'Homme – İHOP

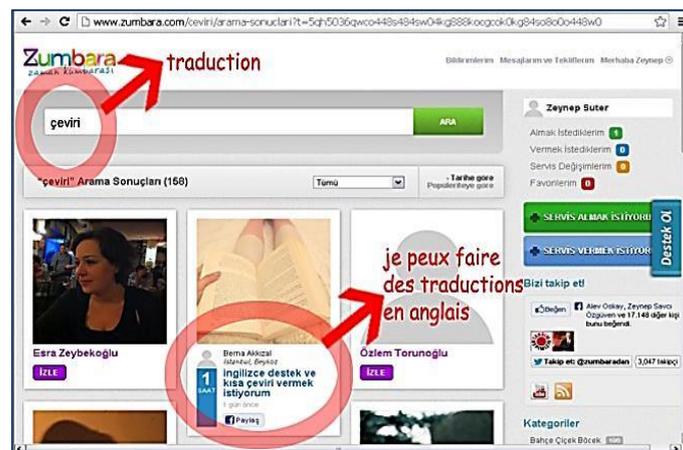
La Plateforme des défenseurs des Droits de l'Homme – İHOP est un réseau social. À travers cette plateforme digitale, les documents des droits de l'homme sont traduits en turc par les bénévoles gratuitement. Sur le site ci-dessus, sous la rubrique intitulée *traduction*, les documents traduits en turc concernant les Droits de l'Homme sont enregistrés.



(Source : <http://www.ihop.org.tr>)

Le réseau social de partage : Zumbara

Le deuxième exemple est le réseau social de partage intitulé *Zumbara*. Il s'agit d'un mouvement social collectif. Les membres bénévoles, amateurs de cette plateforme partagent leurs compétences volontairement et gratuitement.



(Source : <http://www.zumbara.com>)

Réalisant une recherche avec le mot *traduction* dans le site de *Zumbara*, vous trouverez la liste affichée des bénévoles et des amateurs qui peuvent vous offrir un service de traduction. Par exemple au-dessus, sur le site, vous avez une annonce postée par un membre bénévole qui met un service de traduction à la disposition des autres membres.

Les mouvements de média alternatif : *Park Gazetesi – Nefret Söylemi*

Le troisième domaine analysé concerne les mouvements des médias alternatifs présents sur le réseau internet. Ces plateformes digitales en question renforcent les mouvements de résistance d'indépendance non politiques. Le premier exemple illustre le journal alternatif nommé *Park Gazetesi*.



(Source : <http://www.parkgazetesi.com>)

Sous la rubrique intitulée « article et traduction », les traductions concernant les différents domaines sont mises à la disposition des utilisateurs-membres.

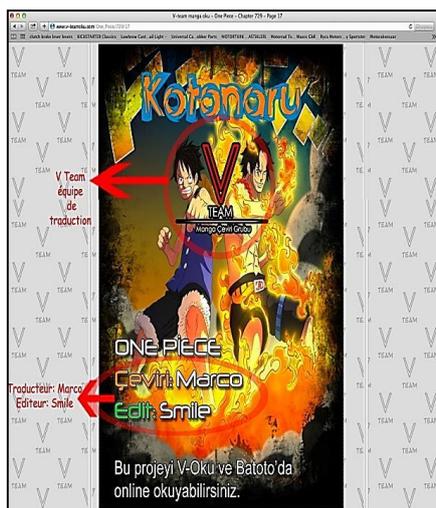
Le deuxième exemple ci-dessous se focalise sur le journal digital intitulé *Nefret Söylemi*. Ici, en cliquant sur la rubrique « traduction », une fenêtre apparaît pour enregistrer les données personnelles pour ceux qui souhaitent travailler comme traducteur bénévole. Soulignons entre autres les caractéristiques essentielles pour un usage interactif et participatif.



(Source : <http://www.nefretsoylemi.org>)

Le réseau de scanlation : V-Team

Un dernier exemple de nouvelles pratiques collaboratives en Turquie présente un site de scanlation appelé *V-Team*. Il s'agit là d'une équipe réalisant des traductions en ligne des mangas dites scanlation. Scanlation fait référence à un manga qui a été numérisé et traduit par des fans depuis sa langue originale vers une autre. L'équipe de scanlators est composée de traducteurs bénévoles, d'amateurs et de fans.



(Source : <http://www.vteam.com>)

Une des épisodes de la série *One Piece* est traduite par l'équipe V-Team. Sur la page, les noms anonymes du traducteur et de l'éditeur sont marqués.

10. Entretiens auprès des traducteurs amateurs / bénévoles en Turquie

Nous avons présenté des exemples de traductions collaboratives réalisées par les nouveaux acteurs, voire par les amateurs, les bénévoles et les fans de la nouvelle société digitale. Essayons à présent de connaître ces nouveaux acteurs qui entrent en jeu.

- Alors, qui sont ces acteurs bénévoles, amateurs et quels sont leurs tendances, leurs habitus ?
- Quels sont leurs positionnements au sens éthique ?

Dans ce contexte, nous avons réalisé des entretiens en ligne avec les *scanlators*, avec ces fans qui traduisent les mangas de l'anglais vers le turc¹. Quelques-uns de ces entretiens seront présentés pour bien saisir leurs préférences axées spécialement sur les valeurs éthiques, déontologiques dans leurs pratiques traduisantes et leur souhait de rester dans « l'anonymat ».

¹ Ces entretiens sont réalisés dans le cadre du thèse de doctorat intitulé "La circulation des traductions des mangas en Turquie et la notion de l'éthique dans les exemples de scanlation" qui est actuellement en cours de rédaction par Zeynep Görgüler.

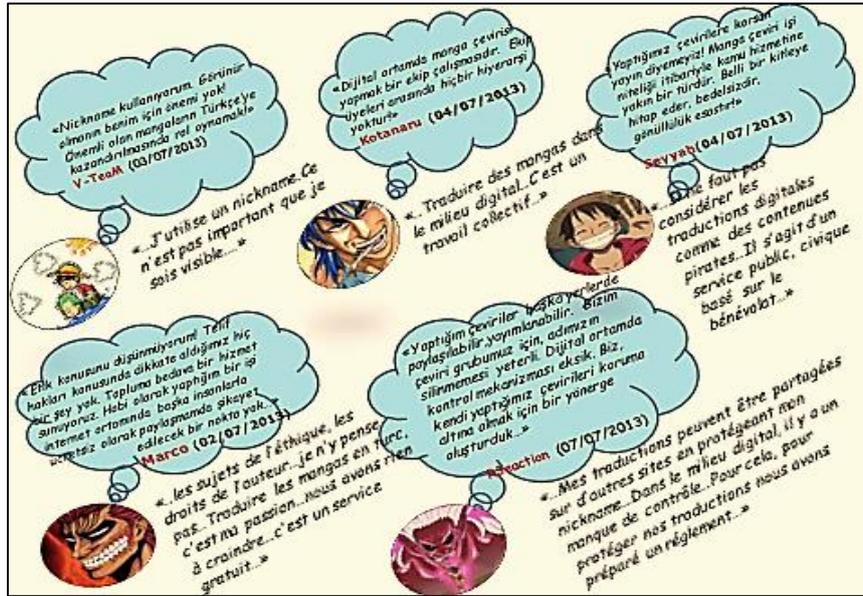


Figure 1. Réponses tirées des entretiens en ligne.

D'après les réponses des scanlators concernant leurs points de vue sur le sujet de l'éthique, elles peuvent être regroupées autour de certaines notions frappantes comme suit : la *collectivité*, un *service public/civique*, le *bénévolat*, la *collaboration*, la *passion* etc... Ici, les notions soulignées au cours des entretiens montrent encore une fois l'impact des nouvelles sociabilités structurées autour des nouvelles technologies de l'information et de communication sur les pratiques traduisantes en Turquie. Dans le champ de la traduction, nous constatons l'émergence d'un nouvel environnement de travail qui est devenu de plus en plus *participatif* et *coopératif* caractérisé par les *communautés virtuelles* de traduction, des nouveaux agents identifiés par les *fans*, les *bénévoles*, les *amateurs*. Ces nouvelles pratiques traductives sont accompagnées par le *désir*, la *passion* et des *nouvelles préférences éthiques* basées sur l'esprit civique et la discipline qui permet à l'éthique un retour réflexif sur elle-même.

11. Conclusions/propositions

Les nouvelles technologies et les médias de masse transforment les pratiques traductives en des *interfaces*, comme des surfaces de contact entre deux phases permettant d'échanger des informations ou de relier diverses fonctions. Ce qui nécessite alors un faisceau de nouveaux paramètres ou un souffle nouveau dans la façon d'aborder le *discours*, le *langage* à l'ère digitale puisqu'il s'agit à présent d'implémenter les nouveaux comportements et de générer le système de codage intégrant tous les caractères spéciaux de toutes les langues.

Il est temps de connaître le public cible pour pouvoir intégrer/introduire dans l'enseignement de la traduction cette mutation profonde des valeurs sociétales comportant plusieurs variables selon le public à qui nous nous adressons. Les nouveaux concepts entrent dans le champ avec les nouveaux acteurs – *amateurs*, *bénévoles*, *fans*, *conso-traducteurs*, *100% UGT*. Le futur traducteur dans ce *grand public* à l'ère numérique appartient à la GénY, fait partie des *digital natives* ou *net generation*. C'est la première génération numérique GENE-TIC, les jeunes, âgés de 18 à 24 ans, acteurs d'un changement radical de notre environnement socio-économique. Vu les circonstances dans lesquelles le rapport du traducteur se construit en tant que *conso-traducteur* dans ces nouvelles pratiques de *consommation continue*, il ne

peut être lié à une mode hedoniste. Leurs habitus et leurs tendances sont participatifs, activistes, ayant des valeurs civiques et éthiques.

Il serait opportun d'adapter des règles selon les compétences pluridisciplinaires, selon les identités hybrides de ce nouveau public ; de légitimer les circonstances au lieu de les dévaloriser ; d'être reconnu par le système politique dans une plateforme scientifique ; d'être sensibilisé pour sensibiliser le champ traductif. La traduction collaborative en ligne en Turquie nécessite un regard réflexif, une nouvelle éthique. Il serait préférable et même nécessaire d'insérer cette nouvelle sociabilité créatrice dans la formation de la traduction.

12. Bibliographie

- Bourdieu, P. (1990). Les conditions sociales de la circulation internationale des idées. *Cahiers d'histoire des littératures romanes*, 1-2, 1-10.
- Casilli, A. A. (2010). *Les liaisons numériques. Vers une nouvelle sociabilité ?* Paris : Editions du Seuil.
- Compiègne, I. (2011). *La société numérique en question(s)*. Auxerre : Sciences Humaines Éditions.
- Flichy, P. (2010). *Le sacré de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris : Editions du Seuil.
- Gambier, Y. (2012). Traduction : Des métiers différents, un processus commun. <http://www.hum.utu.fi/oppiaineet/ranska/opiskelijavalinta/Gambier2012.pdf>.
- Lipovetsky, G. (2006). *Le bonheur paradoxal*. Paris : Gallimard.
- O'Hagan, M. (2011). Introduction : Community translation : Translation as a social activity and its possible consequences in the advent of Web 2.0 and beyond. *Linguistica Antwerpensia* 10, 11-23.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Sapiro, G. & Heibron J. (2007). La traduction comme vecteur des échanges culturels internationaux. In : G. Sapiro (dir.), *La traduction comme vecteur des échanges culturels internationaux : circulation des livres de littérature et de sciences sociales et évolution de la place de la France sur le marché mondial de l'édition de 1980 à 2004* (pp. 11-26). Paris : CNRS Editions.

Sites Internet

- Mouvement de média alternatif Nefret Söylemi. <http://www.nefretsoylemi.org>
- Mouvement de média alternatif Park Gazetesi. <http://www.parkgazetesi.com>
- Plateforme des défenseurs des Droits de l'Homme. <http://www.ihop.org.tr>
- Réseau de scanlation V-Team. <http://www.vteam.com>
- Réseau social de partage Zumbara. <http://www.zumbara.com>
-



Emine Bogenç Demirel
emine.bodem@gmail.com



Zeynep Görgüler
zeynepsuter@gmail.com

Université technique de Yıldız, Istanbul, Turquie

Biographies :

Emine Bogenç Demirel a obtenu son diplôme de doctorat à l'Université Libre de Bruxelles avec une thèse sur *La Fonction sociale des objets dans les romans de Robbe-Grillet* sous la direction de M. J. Weisgerber. Elle a suivi à Paris les cours de Sociologie de la littérature à l'École des Hautes Études. Actuellement, elle enseigne et poursuit ses recherches à l'Université technique de Yıldız dans plusieurs domaines et plus spécialement la sociologie de la traduction. Elle s'inspire de la sociologie bourdieusienne pour étudier, à travers les productions traductives et les acteurs, le fonctionnement de l'habitus, de la réflexivité, de la relationnalité, de la circulation.

Zeynep Görgüler est assistante de recherche à l'Université technique de Yıldız dans le département de traduction. Elle prépare actuellement sa thèse de doctorat intitulée *La circulation des traductions des mangas en Turquie et la notion de l'éthique dans les exemples de scanlation* sous la direction de Madame Emine Bogenç Demirel. Elle poursuit ses recherches dans les domaines de sociologie de traduction et de la traduction à l'ère digitale.