THÈSE DE DOCTORAT

Paratraduction, Transcréation et Communication

Pour la promotion du tourisme et la sauvegarde du patrimoine en Algérie

Présentée en vue de l'obtention du grade de docteur
en **études arabes** de **l'université Paul-Valéry Montpellier III**

Ecole Doctorale n°58
Langues, Littératures, Cultures et Civilisations
Unité de recherche : Recherches sur les Suds et les Orients (ReSO)

Présentée par **Imad-Sabri ERROUANE**

Dirigée par **Abdenbi Lachkar**

Soutenue publiquement le **04 Décembre 2023** devant le jury composé de

M. Brahim CHAKRANI Associate Professor, Michigan State University (USA)	Examinateur
Mme. Solange CRUVEILLÉ Maître de conférences, Université Paul-Valéry Montpellier III	Examinatrice
Mme. Saba FARES Professeure des universités, Université Toulouse – Jean Jaurès	Rapporteure
Mme. Mariarosaria GIANINNOTO Professeure des universités, Université Paul-Valéry Montpellier III	Présidente
M. Hayssam KOTOB Professeur des universités, Université Libanaise	Rapporteur
M. Abdenbi LACHKAR Professeur des universités, Université Paul-Valéry Montpellier III	Directeur

THÈSE DE DOCTORAT

Paratraduction, Transcréation et Communication

Pour la promotion du tourisme et la sauvegarde du patrimoine en Algérie

Présentée en vue de l'obtention du grade de docteur
en **études arabes** de **l'université Paul-Valéry Montpellier III**

Ecole Doctorale n°58
Langues, Littératures, Cultures et Civilisations
Unité de recherche : Recherches sur les Suds et les Orients (ReSO)

Présentée par **Imad-Sabri ERROUANE**

Dirigée par **Abdenbi Lachkar**

Soutenue publiquement le **04 Décembre 2023** devant le jury composé de

M. Brahim CHAKRANI Associate Professor, Michigan State University (USA)	Examinateur
Mme. Solange CRUVEILLÉ Maître de conférences, Université Paul-Valéry Montpellier III	Examinatrice
Mme. Saba FARES Professeure des universités, Université Toulouse – Jean Jaurès	Rapporteure
Mme. Mariarosaria GIANINNOTO Professeure des universités, Université Paul-Valéry Montpellier III	Présidente
M. Hayssam KOTOB Professeur des universités, Université Libanaise	Rapporteur
M. Abdenbi LACHKAR Professeur des universités, Université Paul-Valéry Montpellier III	Directeur

À la mémoire de H'bibi.
…Tu avais vu juste !



Table des matières

Liste des figures 11
Liste des tableaux 15
Remerciement et Témoignage 17
Résumé 19
Abstract 20
Introduction générale 23
Première partie 32
Chapitre premier : Regard sur l'évolution constante de la traduction 32
1 Traduire, Traduction et Traductologie, une étude définitoire 33
2 Théoriser la traduction 44
2.1 La dichotomie théorie vs pratique 44
2.2 Systèmes linguistiques et le critère d'incommensurabilité 49
2.3 Incommensurabilité et visions du monde 54
2.3.1 Sur l'incommensurabilité 54
2.3.2 Intraduisibilité et Objection préjudicielle 65
2.3.3 La problématique de la connotation en signification linguistique 69
2.3.4 La couleur comme problématique de vision du monde et son impact sur la traduction 75
2.3.5 Critique de l'incommensurabilité 83
Première partie 104
Chapitre Deuxième : Théories de la traduction 104
3 Théories de la traduction 105
3.1 Le premier niveau du processus (niveau linguistique) 105
3.2 Le niveau littéraire 124
3.3 Le niveau interprétatif et pragmatique 137
3.3.1 Le niveau interprétatif 137
3.3.2 Le niveau pragmatique 172
3.3.3 La traduction par approche décisionnelle et transcréative 180
Deuxième partie : l'image comme nouvelle donne en traduction 188
1 Rapport de l'image à la traduction 189
2 De la traduction à la paratraduction 195
3 La paratraduction 196
3.1 Éléments de paratraduction 198
3.1.1 Le paratexte 198
3.1.2 L'image comme facteur essentiel d'une opération paratraduisante 204
3.1.3 Le caractère innovant de la paratraduction sur les plans théorique et pratique 217
3.1.4 Le rapport à l'imaginaire 220
3.1.5 Le rapport au symbolisme et à la couleur 221
3.1.6 Contextualisation de la paratraduction par rapport aux données factuelles de l'ère numérique et la prolifération de supports de communication 224
3.1.7 Paratraduire la littérature de jeunesse 230

3.1.8 La paratraduction à l'épreuve de la bande dessinée 234
3.1.9 La dimension sociale de la paratraduction 247
3.1.10 Paratraduction, transcréation et publicité 249

4 Compte rendu du colloque international sur la paratraduction Vigo 2009, analyse et commentaire 258

4.1 Sociolinguistique et sociologie de la traduction (Jean Peeters) 259
4.1.1 La traduction dans les mots et hors des mots 259
4.2 La traduction verbo-visuelle (Teresa Tomaszkiewicz) 261
4.2.1 L'origine du sens 262
4.2.2 La différence entre la traduction interlinguale et la traduction intersémiotique 263
4.2.3 Degré d'iconicité des images 264
4.2.4 Relation image-texte, universalité et non-universalité des images et le substrat prototypique 265

Troisième partie : La mise en tourisme, quelques apports théoriques. 270

1 Étude définitoire sur le tourisme 271

1.1 L'approche économique du tourisme 274
1.2 L'approche sociologique 277

2 La mise en tourisme 283

2.1 Stratégies de mise en tourisme 285
2.1.1 Le savoir-faire européen 285
2.1.2 Stratégie de mise en tourisme par métropolisation 289
2.2 L'expérience touristique 295
2.3 Communication touristique 298
2.4 Supports de promotion touristique 300
2.4.1 Les supports écrits 300
2.4.2 Les supports numériques 302

Quatrième partie : paratraduction, transcréation et problématique de mise en tourisme en Algérie (Travaux pratiques) 317

1 Étude de l'espace touristique algérien 318

1.1 Définition de l'espace 318
1.2 L'espace touristique : 320
1.3 Étude de l'Algérie en tant que pays récepteur de tourisme 321
1.3.1 Profil général 322
1.3.2 Le développement du tourisme en Algérie, une question corolaire du modèle économique adopté 323
1.3.3 Potentiels touristiques exploitables 327

2 Mise en tourisme et construction des hyperréalités par mise en scène du patrimoine. Compte rendu d'enquête de terrain sur le patrimoine comme symbole de promotion de l'image de marque de la ville de Tlemcen (Algérie) 338

2.1 Présentation des sites 340
2.1.1 La citadelle du Méchouar 340
2.1.2 Le musée de Sidi Belahcen 343
2.1.3 Le complexe de Sidi Boumediène 344
2.1.4 La mosquée Sidi El Haloui 350
2.1.5 Bâb El Karmâdîne 353
2.1.6 Le minaret d'Agadir 354

2.1.7 Mansourah 356
2.2 Lecture critique 358
2.2.1 Les anomalies relatives à l'aménagement de l'espace : 359
2.2.2 Anomalies relatives à la communication 363
2.2.3 Anomalies relatives au volet numérique 368
2.2.4 Analyse contrastive des plateformes « algeriatours.dz » et « visitmorocco.com » 381
3 Paratraduire le guide touristique 402
3.1 Document 1 406
3.2 Document 2 409
3.3 Document 3 411
3.4 Document 4 414
3.5 Document 5 415
3.6 Document 6 : 416
Conclusion générale 419
Bibliographie par thème 428

Liste des figures

FIGURE 1 SCHEMA SEMANTIQUE DE GEORGES MOUNIN 62
FIGURE 2 PLANS DE DEMONTAGE DU PROCESSUS DE TRADUCTION ET DES QUATRE PALIERS DU MANIEMENT DU LANGAGE 163
FIGURE 3 DOCUMENT D'ETAT CIVIL SAOUDIEN DATANT DE 1965 168
FIGURE 4 DOCUMENT D'ETAT CIVIL SYRIEN 169
FIGURE 5 PUBLICITE D'UNE AGENCE DE VOYAGE ALGERIENNE 191
FIGURE 6 ASTERIX ET CLEOPATRE VERSIONS ORIGINALE ET TRADUITE : EXEMPLE D'ADAPTATION DU TEXTE 236
FIGURE 7 EXEMPLES RENVOYANT A LA SUBSTITUTION DES MARQUEURS CONNOTATIFS 238
FIGURE 8 EXTRAITS DES RECITS VERBO-VISUELS SUR LA CASBAH *(RETOURS A ALGER)* PAGE 13 240
FIGURE 9 PROPOSITION DE TRADUCTION EN ARABE DES EXEMPLES 240
FIGURE 10 TRADUCTION EN ARABE 241
FIGURE 11 DEUXIEME EXEMPLE SUR L'ILLUSTRATION DE LE CASBAH *(RETOURS A ALGER)*, PAGE 29 241
FIGURE 12 SUITE D'EXEMPLES SUR LA DESCRIPTION DE LA CASBAH *(RETOURS A ALGER) PAGE 25* 242
FIGURE 13 TRADUCTION EN ARABE 242
FIGURE 14 PAGES DE COUVERTURE DE CARNETS D'ORIENT – TOME 10 243
FIGURE 15 PAGE DE COUVERTURE DE *CARNETS D'ORIENT* – TOME 7 (ORIGINAL ET TRADUCTION) 244
FIGURE 16 EXEMPLE D'UNE PUBLICITE DE LA COMPAGNIE COSTA CROISIERES 252
FIGURE 17 ANNONCE PUBLICITAIRE DE QATAR AIRWAYS DURANT LA PANDEMIE DU COVID-19 254
FIGURE 18 METHODES SUIVIES PAR JOSE YUSTE FRIAS DANS LA DECONSTRUCTION DU LOGO DE CARREFOUR (CF. YUSTE FRIAS, 2008, P.160) 257
FIGURE 19 PARATRADUCTION DU LOGO CARREFOUR 258
FIGURE 20 COMPARAISON ENTRE DEUX PAGES DE COUVERTURE (ORIGINALE ET TRADUITE) DU ROMAN *1984* DE GEORGES ORWELL. 260
FIGURE 21 TYPE DE RELATION PAR SIGNIFICATION PARALLELE 265
FIGURE 22 COMPLEXE SEMIOTIQUE MULTILINGUE CORRESPONDANT A UNE LECTURE VERBO-VISUELLE 266
FIGURE 23 SPOT DON'T GO TO ALGERIA (N'ALLEZ PAS EN ALGERIE) 315
FIGURE 24 CARTE DE L'ALGERIE 322
FIGURE 25 SCHEMA DE LIAISON DE VILLES TOURISTIQUES MAROCAINES OFFRANT UN ITINERAIRE TOURISTIQUE D'EXCEPTION 328
FIGURE 26 EXEMPLE D'UNE PUBLICITE DE LA BANQUE LA CAISSE D'ÉPARGNE SPONSOR DU PARIS-DAKAR EN 1988 (PARIS-DAKAR, 2015). 333

FIGURE 28 COUVERTURE PUBLICITAIRE ITALIENNE DE L'EQUIPEMENTIER BERTONI EN TANT QUE SPONSOR DE HONDA, SOURCE ET DE LA MOTOCYCLETTE SUZUKI (PARIS-DAKAR 2015) 334
FIGURE 27 COUVERTURE PUBLICITAIRE DE LA MOTOCYCLETTE BMW RG 100S 198, SOURCE : (VARGIOLU & MONCET, 1988) 334
FIGURE 29 MINARET DE LA MOSQUEE D'EL MECHOUAR : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 341
FIGURE 30 PATIO DU PALAIS EL MECHOUAR PHOTO : IMAD ERROUANE 2022 342
FIGURE 31 EXPOSITIONS D'HABITS TRADITIONNELS, CENTRE D'INTERPRETATION DU COSTUME TRADITIONNEL DE TLEMCEN 343
FIGURE 32 MUSEE NATIONAL DE CALLIGRAPHIE ISLAMIQUE DE TLEMCEN : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 344
FIGURE 33 ENTREE DE LA KOUBBA DE SIDI BOUMEDIENE 345
FIGURE 34 COUR INTERIEURE COMPOSANT L'UNE DES PIECES DE LA SALLE DU TOMBEAU : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022. 346
FIGURE 35 PUITS SACRE : PHOTO IMAD ERROUANE 2022. 346
FIGURE 36 PIECE ABRITANT LE TOMBEAU DE SIDI BOUMEDIENE : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 346
FIGURE 37 COUR SEPARANT LA MOSQUEE DU TOMBEAU DE SIDI BOUMEDIENE 347
FIGURE 38 DESCRIPTION DE LA MOSQUEE SIDI BOUMEDIENE : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022. 347
FIGURE 39 MINARET DE LA MOSQUEE SIDI BOUMEDIENE : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 348
FIGURE 40 BATIMENT DE LA MEDERSA DU COMPLEXE DE SIDI BOUMEDIENE (PHOTOS IMAD ERROUANE 2022) 348
FIGURE 41 EXPOSITIONS A LA MEDERSA : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 348
FIGURE 42 LA MEDERSA DE SIDI BOUMEDIENE : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 348
FIGURE 43 RUINES DU PALAIS DAR-AL-SULTAN : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 349
FIGURE 44 PANNEAU MURAL RESUMANT LA BIOGRAPHIE DE SIDI EL HALOUI : PHOTO IMAD ERROUANE 2022 350
FIGURE 45 VUE EXTERIEURE DE LA MOSQUEE : PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 351
FIGURE 46 COLONNE ON ONYX VEINE SUR LEQUEL EST TRACE UN CADRAN SOLAIRE, PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 352
FIGURE 48 MINARET D'AGADIR. PHOTO IMAD ERROUANE 2022 353
FIGURE 47 VUE EXTERIEURE DU SITE BAB EL KERMADINE 353
FIGURE 49 INSCRIPTIONS ROMAINES SUR LE MINARET D'AGADIR ORNE D'ARABESQUES ET DE COLONNES EN ONYX. PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 354
FIGURE 50 SITE DE MANSOURAH. SOURCE (DZ-TLEMCEN.COM 2023) 356
FIGURE 51 REMPARTS DE MANSOURAH. SOURCE : (THECASBAHPOST.COM 2023) 356
FIGURE 52 VUE DE MANSOURAH, COTE EST. SOURCE : (LEGUIDETOURISTIQUE.COM 2023) 356

FIGURE 53 PORTE DU MINARET DE MANSOURAH. SOURCE : (LEGUIDETOURISTIQUE 2023) 356
FIGURE 54 BAB EL KHEMIS ANCIENNE PORTE D'ACCES A MANSOURAH. SOURCE : CNRA.DZ 2023 (CENTRE NATIONAL DE RECHERCHE EN ARCHEOLOGIE). 356
FIGURE 55 VUE SUR LE MINARET COTE NORD. SOURCE (THECASBAHPOST.COM 2023) 358
FIGURE 56 FUITES DE CANALISATIONS AU COMPLEXE SIDI BOUMEDIENE. PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 360
FIGURE 58 ESPACE VERT DEGRADE AUX ALENTOURS DE LA MOSQUEE SID EL HALOUI. PHOTOS IMAD ERROUANE 2022. 361
FIGURE 57 DEGRADATIONS AU NIVEAU DES LATRINES DE L'ANCIEN PALAIS DE SIDI BOUMEDIENE 361
FIGURE 59 ÉTAT DEGRADE DE L'ESPACE ENTOURANT LE MINARET D'AGADIR. PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 361
FIGURE 60 PANNEAU TOURISTIQUE SUR LE SITE D'EL MECHOUAR 363
FIGURE 61 PANNEAU TOURISTIQUE DE LA CITADELLE DU MECHOIR 363
FIGURE 62 PANNEAU TOURISTIQUE INTRODUISANT LA VIE DE SIDI BOUMEDIENE A TLEMCEN 363
FIGURE 63 QUELQUES FACETTES DES TISSUS URBAINS FASSI (A GAUCHE) ET TLEMCENIEN (A DROITE). 365
FIGURE 64 EXEMPLES DE PANNEAUX D’INTERPRETATIONS REPARTIS DANS LA MEDINA DE FEZ 366
FIGURE 65 PANNEAUX TOURISTIQUES A GRENADE. SOURCE : WWW.ALAMY.COM (CONSULTE LE : 25/05/2023) 366
FIGURE 67 AFFICHE PUBLICITAIRE RELATIF A LA PROCHAINE MISE EN SERVICE DE LA LIGNE DE TRAMWAY 5 A MONTPELLIER. PHOTO IMAD ERROUANE 2023 367
FIGURE 66 PALISSADES INNOVANTES INSTALLES SUR LA PLACE DE LA COMEDIE ET SUR L'ESPLANADE CHARLES DE GAULLE, PHOTOS IMAD ERROUANE 2022 367
FIGURE 68 PLATEFORME PRINCIPALE DE PROMOTION TOURISTIQUE DE LA VILLE DE TLEMCEN 368
FIGURE 69 SCHEMA DE PERFORMANCE TOURISTIQUE 372
FIGURE 70 EXEMPLE D'UN STORY-BOARD. SOURCE : (PANNEAU-INTERPRETATION.TERREDEPIXELS.FR 2023) 375
FIGURE 71PLAN D'ACCROCHE DE LA PAGE D’ACCUEIL DE LA PLATEFORME ALGERIATOURS.DZ 387
FIGURE 72 TEXTE INTRODUISANT LA VILLE DE BEJAÏA (ALGERIE), SOURCE : ALGERIATOURS.DZ 389
FIGURE 73 TEXTE INTRODUISANT LA VILLE DE CONSTANTINE, SOURCE : ALGERIATOURS.DZ 390
FIGURE 74 RELATION INTERSEMIOTIQUE METTANT EN VALEUR UN CONTENU ARGUMENTATIF, SOURCE : VISITMORROCO.COM 394

FIGURE 75 INTERACTION ICONIQUE TEXTE-IMAGE DANS UN CONTENU TOURISTIQUE, SOURCE : VISITMOROCCO.COM 395
FIGURE 76 ILLUSTRATION D'UNE SCENE AVEC TEXTE, SOURCE : WWW.VISITMOROCCO.COM 396
FIGURE 77 DEUXIEME ILLUSTRATION INTERSEMIOTIQUE, SOURCE : WWW.VISITMOROCCO.COM 397
FIGURE 78 RUBRIQUE DU LABEL MOROCCO KINGDOM OF LIGHT, SOURCE: WWW.VISITMOROCCO.COM 399
FIGURE 79 EXEMPLE DE PARATRADUCTION DE LA RUBRIQUE KINGDOM OF LIGHT, SOURCE : VISITMOROCCO.COM 401
FIGURE 80 EXEMPLES DE SUPPORTS DE COMMUNICATION CULTURELLE, IMAD ERROUANE 2022 403
FIGURE 81 AFFICHE PUBLICITAIRE METTANT EN VALEUR LE TOURISME MAROCAIN CONÇU PAR LA COMPAGNIE AIR ARABIA. CAPTUREE A L'AEROPORT MARSEILLE PROVENCE, LE 28/03/2023. 404
FIGURE 82 EXEMPLE D'UNE AFFICHE PUBLICITAIRE SUR ALEXANDRIE (ÉGYPTE), SOURCE : (AL NAWRAS, 2022) MAGAZINE-A-BORD DE LA COMPAGNIE AIR ARABIA. 404
FIGURE 83 PAGE DE COUVERTURE DU MAGAZINE ASSIHAR N° AVRIL – MAI 2019 406
FIGURE 84 PAGE DE CLOTURE DU MAGAZINE ASSIHAR N° AVRIL – MAI 2019 409
FIGURE 85 IMAGE PUBLICITAIRE DE TASSILI AIRLINES EXTRAITE DU MAGAZINE THE REPORT 2010 411
FIGURE 86 PARATRADUCTION EN FRANÇAIS DE L'AFFICHE 413
FIGURE 87 PARATRADUCTION EN ARABE DE L'AFFICHE 413
FIGURE 88 PARATRADUCTION D'UNE AFFICHE PUBLICITAIRE DE TAGHIT (SUD-OUEST, ALGERIE), SOURCE : MAGAZINE ASSIHAR, AVRIL – MAI 2019. 414
FIGURE 89 PARATRADUCTION DE L'AFFICHE PUBLICITAIRE DES GROTTES DE BENI ADD TLEMCEN, SOURCE : ASSIHAR, N° MAI – JUIN 2019, P.16 415
FIGURE 90 PAGE DE CLOTURE DU MAGAZINE ASSIHAR N°02 MAI – JUIN 2019 416
FIGURE 91 DOCUMENT ARCHIVE DU COURRIER INTERNATIONAL PUBLIE LE 09/06/2016, SOURCE : WWW.COURRIERINTERNATIONAL.COM 423
FIGURE 92 MISE EN OPPOSITION DES PAGES DE COUVERTURE DES VERSIONS ORIGINALE ET TRADUITE DE L'ŒUVRE DE TAHAR BEN JELLOUN : « *CETTE AVEUGLANTE ABSENCE DE LUMIERE* » 424
FIGURE 93 AFFICHE COLLECTEE DANS UNE STRUCTURE TERRITORIALE DE SOLIDARITE, MONTPELLIER LE 01/06/2023, PHOTO IMAD ERROUANE 427

Liste des tableaux

TABLEAU 1 VARIATIONS APPELLATIVES DES NOMS DE VENTS EN ZONE MENA 64
TABLEAU 2 STATISTIQUES D'ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX DURANT LES DIX DERNIERES ANNEES SELON L'ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (OMT) MISES A JOUR JUSQU'AU 12/05/2023 285
TABLEAU 3 DETAILS DES MARCHES DES PASSAGES EN FEVRIER 2023, EXTRAIT DU COMMUNIQUE N°13 DE L'ASSOCIATION INTERNATIONALE DU TRANSPORT AERIEN IATA (SOURCE : IATA, 2023) 288
TABLEAU 4 RECETTES TOURISTIQUES DE DUBAÏ ET SHANGHAI ENTRE 2017 ET 2019 291
TABLEAU 5 STATISTIQUES DE L'OMT SUR LES TOURISTES INTERNATIONAUX DANS LES PAYS AFRICAINS ENREGISTRANT LE PLUS D'ARRIVEES (DERNIERE MISE A JOUR LE 12/05/2023). 326
TABLEAU 6 STATISTIQUES DE L'OMT (EN LIGNE) SUR LES ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX DANS LE MONDE ARABE 327

Remerciement et Témoignage

Le présent travail développera ci-dessous le résultat d'une réflexion menée depuis quelques années déjà. Elle a germé précisément sous forme d'une petite idée en hiver 2016, lorsque j'essayais tant bien que mal de trouver un thème digne d'un intérêt scientifique pour mon mémoire de master en traduction à l'université Abou Bekr Belkaid de Tlemcen. Depuis, j'ai embarqué cette réflexion sur un bon fil conducteur lequel m'a conduit à l'obtention de mon master intitulé : *« Traduction, option : tourisme et patrimoine culturel ».*

Je m'estime grandement honoré d'avoir eu la possibilité, en France, à Montpellier, au sein de son université Paul-Valéry Montpellier III, d'entreprendre un projet doctoral et d'approfondir ma réflexion de départ en la transformant en une véritable thèse de doctorat. À ce titre, le mérite revient à certaines personnes, physiques et morales, auxquelles je tiens à exprimer toute ma gratitude.

Je remercie, en premier lieu, mon professeur et directeur de thèse monsieur Abdenbi Lachkar pour avoir accepté de diriger cette thèse. Malgré ses occupations académiques et familiales, ses conseils et ses compétences ont été d'un apport considérable dans la préparation de mon travail. Son soutien a été infaillible depuis les premiers balbutiements de ce projet jusqu'à sa complétude, particulièrement dans mes moments de « flottements », où je faisais preuve d'une certaine nonchalance, ou quand je ne donnais pas satisfaction dans les avancées de mes recherches. Ceci étant dit, cela explique sans doute la force du mot parcours quand on l'associe par adjectivation au mot doctorat ; le parcours inspire tant l'aventure que le risque de perdition, on ne sait pas dans quel « état » nous arriverons à destination et l'*« arrêt – souffrance »* Covid-19, au sens morbide du terme, est là pour nous le rappeler. Se perdre, sombrer dans un océan d'incertitude, ne pas entrevoir le bout du tunnel, c'est du sens commun ; l'important était de se ressaisir et ne penser à l'avenir qu'à l'aune de l'ambition. En cela, monsieur Lachkar n'a pas épargné le moindre effort pour m'aider à atteindre mon objectif. *Merci beaucoup Cheikh !*

J'adresse vivement mes remerciements à mesdames et messieurs les professeurs Saba Farès, Mariarosaria Gianinnoto, Solange Cruveillé, Hayssam Kotob et Brahim Chakrani pour l'honneur qu'ils m'ont fait en acceptant de faire partie du jury de soutenance de cette thèse, leurs suggestions et remarques sont un apport précieux pour la suite de mes recherches.

Je remercie également l'université Paul-Valéry Montpellier III, un pôle universitaire aux infrastructures et services irréprochables ; j'éprouve chaque jour un réel plaisir d'aller me documenter et travailler pendant de longues heures dans ses différentes bibliothèques dans une ambiance sereine avec un personnel toujours accueillant. Aussi conviendrait-il de louer, au passage, le mérite de la bibliothèque durant la période du Covid-19 qui a été une sorte de levier psychologique dans la mesure où l'on pouvait s'y rendre même dans des créneaux réduits, cela

n’a pas privé les étudiants, dont je fais partie, de garder du rythme et d’éviter de tomber dans la détresse psychologique et dans l’enfermement.

Je tiens enfin à témoigner mes remerciements à toute ma famille, mes amis ainsi qu’à tous ceux qui ont contribué, de près ou de loin, à l’aboutissement de cette thèse.

Résumé

La mise en tourisme en Algérie est un sujet à moult questionnements. Face aux crises financières qui se multiplient d'une période à l'autre, l'état algérien s'active d'une manière démesurée et désordonnée pour réanimer un secteur laissé à l'abandon depuis plusieurs années. Cependant, le tourisme doit être développé d'une manière intelligente, il ne suffit point de mettre en place les infrastructures essentielles, de jouer sur l'aspect matériel ou mettre l'accent sur les atouts naturels du pays ; une vraie politique touristique et un traitement de fond demeurent essentiels pour révolutionner ce secteur qui peut tant apporter à un pays longtemps habitué à la rente pétrolière, dont le budget annuel est fixé en fonction d'un seul et unique chiffre : le prix du baril de Brent.

Dans un cadre général, cette thèse vise à passer en revue la situation des pratiques linguistiques destinées à la promotion du tourisme réceptif (caractéristique foncière des pays du Sud) et à la sauvegarde du patrimoine en Algérie et précisément le rôle que peut jouer la traduction si on l'intègre aux objectifs de la communication touristique. Par cette recherche nous nous intéressons particulièrement à deux nouveaux concepts apparus au fil de l'accumulation des observations relatives à l'activité traduisante et notamment celles qui concernent les sources paratextuelles qui circulent autour du document à traduire.

La Paratraduction s'intéresse aux rôles du paratexte, de l'image et de l'environnement extralinguistique (symbolique) qui entourent le texte écrit ; l'image par exemple est un élément déclencheur d'idées, d'émotions et de sens, elle est présente dans toutes les productions écrites de nos jours, un élément accrocheur pour le lecteur, elle forme avec le texte écrit une homogénéité absolue, de sorte que l'un complète l'autre.

La transcréation, concept bien connu dans la traduction publicitaire fait emprunter au traducteur un itinéraire créatif. Faire passer le message d'une culture à une autre n'est point une chose aisée et la transcréation ne signifie pas transgresser ou transfigurer les fondements d'une culture d'une langue de départ, c'est un moyen de transposition du message de la culture de départ vers la culture d'arrivée en gardant la même charge émotionnelle quel que soit la forme du document traduit. L'image est par voie de conséquence une problématique centrale de notre recherche, elle a pris de l'ampleur grâce aux médias et aux réseaux sociaux, c'est un objet d'investigation important pour la Traductologie puisqu'à travers elle, des intentions de communications se dégagent nécessitant d'être mis en lumière. L'idée de départ est donc d'étudier d'abord la relation qu'entretient la traduction pratique avec l'image et avec d'autres disciplines telles que la sémiologie publicitaire et culturelle, puis, d'analyser les textes accompagnés d'images destinées à la promotion du tourisme et de trouver des origines théoriques quant à la faisabilité de l'association du couple texte/image dans un transfert purement linguistique. L'objectif final de notre travail est que nous puissions démontrer, compte tenu à la fois des convenances actuelles de pratique de la traduction et de la technologisation

des supports de travail, que la paratraduction et la transcréation viennent révolutionner la pratique traduisante qui est longtemps restée cantonnée aux problématiques du texte. Ainsi à travers notre étude de la mise en tourisme par ces concepts intégrés à la communication touristique en Algérie et le fait d'accorder davantage d'importance aux données paratextuelles qui circulent autour du texte à traduire, le traducteur se positionne au cœur de l'enjeu de la communication qui concerne la réceptivité des documents traduits – quels que soient leurs formats – que nous utilisons pour nous documenter. Dans ces circonstances nouvelles, le traducteur est un agent de communication dont la la façon d'agir est déterminante par rapport à ce qu'on lui donne comme matière à traduire et il est tout aussi décideur, responsable de ce qu'il donne à lire pour autrui.
Mots clés : Traduction, paratraduction, transcréation.

Abstract

Touristification in Algeria raises numerous questions. Like many other countries, Algeria is threatened by financial crisis in every moment, that's why the country is acting in a piecemeal and haphazard manner to reboot an economic field that has been put on the shelf for decades. The development of Tourism, however, is an intelligent approach and requires more than building infrastructures or emphasizing the richness of the material and natural assets of the country. It is necessary to set up a real tourism strategy and a fundamental treatment to revolutionize this field that would bring too much in terms of economic returns. Algeria depends highly on the hydrocarbon economy; its annual budget is annually calculated according to fluctuation of the price of a one barrel of the Brent oil.

Within a general scope, this thesis aims at reviewing the linguistic practices emphasized in promoting as well as preserving respectively tourism and cultural heritage in Algeria. Its aims specifically at highlighting the role played by translation as a strong communicational tool if integrated into the objectives of tourism communication. In this research, we are particularly interested in two new concepts that have emerged as a result of the accumulation of observations relating to the translation activity and particularly those concerning the paratextual elements located outside documents to be translated.

In the study of the « *paratraduction* » concept, we shall focus on the roles of the paratext, the image and the extralinguistic (symbolic) environment that surround the written text. The picture, for instance, is an element that generates ideas, emotion and meaning; we encounter, today, in all kinds of documents designed for information at least one picture that plays the role of an eye-catching element for us as readers. In this respect, the picture enters in an absolute homogeneity with the written text.

Transcreation, a well-known concept in advertising translation urges the translator not to shy away from taking a creative translation strategy as the process neither means to transgress nor to

transfigure the foundations of the culture of the source language. However, it is a means of transposing the message from one culture to another by keeping the same emotional charge, whatever the form of the translated document. As a result, the picture is the core issue in our research as it has gained in importance thanks to the media and social networks and is as well an important object of investigation for translation studies, and through it, communication intentions emerge that need to be brought to light.

The starting point of our study is to highlight, on the one hand, the relationship between practical translation and the picture and the other concerned disciplines such as advertising and cultural semiotics and, on the other hand, to analyze text-picture documents intended for the promotion of tourism, to find theoretical basements as to the feasibility of association of text-picture documents in a purely linguistic transfer.

The final objective of our thesis is to demonstrate, in the light of current translation working conventions associated with unstoppable technological upgrading of the working materials, that the « *paratraduction* » and the « *transcreation* » concepts are providing translation practice with innovative technics as the latter has long been stuck to textual issues. Thus, through our study of the use of these concepts in tourism communication in Algeria as well as the fact that greater importance is given to the paratextual data that surround contempory documents, the translator is involved in heart of the communication issue dealing with the reception of the translated documents that we use to acquire information whatever their formats. In these new circumstances, the translator is a real communication agent who has a veto over what he or she is given to translate, and is just as much a decision-maker, responsible for what he or she offers as a documentation production.

Key-words: Translation, paratraduction, transcreation, tourism, cultural heritage, picture, text, Algeria.

Introduction générale

Il existe entre le tourisme et la traduction plusieurs liens pouvant être mis en évidence. Si le tourisme est une question de mobilité, de dépaysement, de repos, de découverte et de quête d'espaces, la traduction s'inscrit dans un processus d'échange avec l'Autre : traduire pour informer, pour faire du marketing du loisir, valoriser des sites et des monuments et renforcer leurs réceptions émotionnellement. L'altérité a donc un rôle arbitraire pour le tourisme et la traduction.

Côté tourisme, la relation avec l'Autre se conjugue avec le mot « expérience ». Lorsqu'on évoque l'expérience touristique, on parle d'une ribambelle de sentiments joyeux, mitigés, poignants, splendides qui nous animent durant un séjour dans un pays ou dans une région que l'on visite pour la première fois. Ces sentiments entremêlés ou brouillés peuvent être liés à des évènements divers qui se déroulent dans plusieurs endroits au sein d'un même espace touristique : au port, à l'aéroport, à l'hôtel, dans un parc à thème, dans une fête locale etc. Cependant, la relation avec l'hôte est le centre névralgique qui dirige les sentiments et qui rend les souvenirs si exceptionnels. L'altérité a une place prépondérante dans le processus de construction des attentes des touristes, elle est un élément probant qui conditionne le choix d'une destination donnée. En dehors des politiques de standardisation du tourisme de masse à l'ère postmoderne, l'altérité touristique apporte une certaine utilité sociale au voyage dans la mesure où la rencontre avec l'Autre permet de se découvrir soi-même.

Côté traduction, les signes de l'altérité sont disséminés dans la communication engageante de l'hôte qui facilite l'accueil du visiteur. Si le tourisme se caractérise par sa durée ponctuelle, on pourra alors décrire la relation hôte-visiteur comme une occurrence d'un échange de bons services ou comme un bon compromis qui développe un tourisme authentique basé sur le partage de valeurs et la reconnaissance mutuelle. Par conséquent, le visiteur tire le meilleur parti de son déplacement pour se consacrer à la découverte, à la jouissance de tout ce qui se présente à lui (activités exaltantes, culture, achats, visites…), il se met à l'intérieur de la bulle du dépaysement qui lui fait dire qu'il n'a pas de temps à perdre et qu'il doit profiter des merveilles d'un espace nouvellement conquis. De l'autre côté, l'hôte mettra à sa disposition un matériel de promotion touristique qui l'accompagne durant son séjour. L'objectif est de captiver l'intérêt du visiteur dans sa propre langue à travers la facilitation de l'accès à l'information nécessaire et qu'une fois arrivé à destination, il profitera d'une expérience pleine, susceptible d'être retentée.

Les différents dispositifs de communication touristique consacrés à cet effet permettent de créer l'ambiance des vacances, ils réunissent un certain nombre de caractéristiques que nous avons résumées de la manière suivante (cf. Montel-Hurlin & Buffaria, 2016, [résum] pp. 164-166) :

1. Les textes touristiques sont des supports de communication qui présentent les destinations à travers des formulations faisant émerger un rêve.

2. Dans les objectifs de communication définis préalablement, la traduction du texte touristique s'appuie sur un équilibre. Si d'une part, la stratégie est orientée vers une démarche cibliste qui préconise précision et clairvoyance et qui s'accorde avec les convenances discursives du visiteur, il n'en demeure pas moins que le traducteur doit illustrer des marques qui font de son texte un objet de lecture agréable ; le touriste s'attend donc à trouver dans le support de communication conçu dans sa propre langue, un espace référentiel qui contient plusieurs éléments exotiques (termes, stéréotypes, ou formules locales significative susceptible de lui plaire et de le motiver dans sa décision).

3. Le texte touristique se caractérise par l'usage d'un langage positif à travers un vocabulaire et des expressions qui fabriquent un imaginaire qui stimule les désirs et les besoins de tout un chacun dans un cadre purement commercial.

4. Le texte touristique est porteur de véracité et de créativité. Ces deux notions sont interdépendantes et dessinent les contours d'une poésie du voyage. D'une part, la véracité signifie que le service mis à la disposition du client répond à un plan de qualité exigeant et conforme aux normes de documentation touristique moderne. D'autre part, la créativité est du ressort du traducteur qui transpose les informations relatives au service offert en jouant sur la fibre émotionnelle et les valeurs correspondantes (faire-voir ou faire sentir) conformément aux attentes du visiteur, c'est-à-dire des descriptions qui l'invitent à « *vivre par avance* » l'expérience du voyage.

5. Le texte touristique fait l'apologie du caractère exceptionnel et unique d'une destination. Cela se voit dans plusieurs campagnes de promotion touristique autour des espaces mondialement connus, l'apologie de la destination unique est un procédé de communication touristique qui vise à construire un discours à propos d'un site ou d'un monument en mettant en valeur des caractéristiques attrayantes (spatiales, historiques, culturelles…). Par exemple, dans la plateforme touristique « www.visitrwanda.com », le slogan « *Rwanda, the land of thousands of hills is open for tourism* » met en valeur un stéréotype qui caractérise l'espace rwandais « *terre des mille collines* »[1].

Après avoir posé notre cadre exceptionnel qui s'articule autour de l'altérité hôte-visiteur, communication touristique et traduction, il est possible d'entrer dans le vif du sujet. Nous mettons en perspective dans cette thèse le rôle que peut avoir la traduction – et particulièrement

[1] D'ailleurs, il y a quelque chose de remarquable à propos de ce slogan. L'appellation des « *milles collines* » ramènerait bon nombre de ceux qui connaissent le passé rwandais au tréfonds de l'histoire du Rwanda puisqu'elle ranime le souvenir douloureux de la « *radiotélévision libre des mille collines* » qui a été l'instrument de propagande qui alimentait la haine et les massacres à la machette durant la période du génocide rwandais. Mais depuis la fin de la guerre au Rwanda et la proclamation de la paix et la mise en marche du progrès économique et social, le Rwanda réinvente ses mille collines pour un meilleur usage en communication, le pays est considéré depuis des années comme l'un des pays de l'Afrique de l'Est les plus stables. Le slogan ayant des connotations à la fois positive et négative souligne une démarche originale dans la promotion touristique du pays ; à travers le segment « *open for tourism* » il invite ceux qui connaissent le passé douloureux du pays à substituer l'image des collines sanglantes par des collines verdoyantes prêtes pour la touristification, tel est donc un exemple d'une promotion d'un espace unique par son endroit et son histoire.

deux concepts dérivés et émergents « *la paratraduction* » et « *la transcréation* » dans la mise en tourisme en Algérie. La question du développement touristique dans ce grand pays d'Afrique du Nord a toujours suscité d'innombrables interrogations. L'Algérie possède des potentialités énormes en termes de diversité des paysages géographiques, de richesse culturelle et historique (cf. Zoubir, 2001, p. 212 et Abrika, 2019, p. 143), sa population est jeune et aspire au progrès et à l'amélioration des conditions de vie. La jeunesse est une force prodigieuse qui devrait être impliquée dans les différents mouvements de progrès quel que soit le domaine.

Au vu de ces capacités humaine et naturelle, la situation du tourisme en Algérie est paradoxale, malgré sa position stratégique sur le continent africain et son rôle majeur sur les questions importantes mondiales (notamment sur les plan économique et sécuritaire en Afrique du Nord et subsaharienne), l'Algérie n'a pas à ce jour des dotations factorielles solides qui lui permettent d'accéder au rang des pays méditerranéens ayant une performance et une expérience touristiques. Selon nous, au moins deux raisons peuvent expliquer cette situation paradoxale :

La première, la plus évidente, concerne le fait que le pays fait honneur à sa réputation d'un pays rentier des hydrocarbures, cette politique économique est qualifiée de paresseuse, elle ne peut égaler celle de l'effort, de la sueur et de la créativité. C'est en ces termes que Chems Eddine Benchitour, ancien ministre algérien de la transition énergétique et renouvelable, décrit la marche économique algérienne et qualifie même le système de la rente comme une malédiction (cf. Chitour, 2019, pp. 431-441) ; l'adoption du système de rente inhibe les velléités de développement pour d'autres secteurs vitaux comme le tourisme et l'agriculture. Ainsi, malgré son adhésion à l'organisation mondiale du tourisme en 1974, l'Algérie n'a jamais adopté une politique claire pour le tourisme. En 2008, le pays figurait à la 147ème place sur 174 pays touristiques recensés en termes de performance touristique ; le tourisme représentait 9.3 % du volume total des exportations, 5,9 % du taux d'investissement et 1,8 % du PIB.

À la même année, un constat établi lors des assises du tourisme présentait le secteur touristique algérien comme un secteur souffrant d'une non-exploitation, d'une régression en matière d'accueil de touristes entrainant une perte de valeurs, de l'abandon du savoir-faire dans les domaines de l'artisanat, agricole et culturel et la bande côtière de 1200 km affectée par la gestion anarchique du tourisme balnéaire (cf. Abrika, 2019, p. 142). Depuis le début du millénaire, le pays sortant d'une guerre civile sanglante, essaye de se rattraper dans ce secteur important sans pour autant obtenir des résultats probants, le nombre d'arrivées internationales ne franchit pas la barre des trois millions d'arrivées[2] par rapport aux pays limitrophes : la

[2] Données vérifiées sur le site officiel de l'OMT « www.unwto.org » (consulté le 05/06/2023).

Tunisie et le Maroc forts de leurs réputations respectives, dont le nombre d'arrivées internationales est nettement supérieur [3].

La deuxième raison tend vers l'idéologie. En prenant appui sur le développement du spécialiste du tourisme international Mimoun Hillali à propos deux attitudes opposées des états à l'égard du tourisme entre une *« approbation inconditionnelle* » et un « *rejet ferme* » (cf. Hillali, 2003, p. 31), l'Algérie se situe plutôt du second côté et si on regarde ce qui se fait au Maroc, on déduira que chaque pays aura choisi un modèle d'investissement économique lui permettant de générer de ressources ; chacun des deux a son plan de valorisation de son espace. Le Maroc a vu en le tourisme international un levier économique puissant pour le développement économique et social, pour la génération des devises et la création d'emploi ; l'Algérie a préféré l'autogestion économique (grâce aux recettes des hydrocarbures) et « réguler » l'accès à son espace touristique pour se prémunir des aspects culturels néfastes que cause le tourisme de masse et ses effets sociologiques (ibid., p.32). Philippe Violier et Benjamin Taunay classent l'Algérie et la Libye parmi les pays qui ont hérité du mode de gouvernance de l'URSS ayant une posture idéologique antitouristique (Violier & Taunay, 2019, p. 32). Cependant, ces dernières années, l'Algérie adopte une stratégie de « *tourisme démassifié* » qui prône l'équilibre ; on peut interpréter cette démarche comme un premier pas vers une amélioration du secteur à l'avenir.

Dans le présent travail, nous avons choisi de nous concentrer sur la communication touristique et en particulier sur la traduction des outils communicationnels permettant de faire connaitre la destination Algérie à travers la promotion de son espace géographique et ses monuments, ces outils sont réunis dans ce qu'on appelle le matériel de promotion touristique sur écran (plateformes touristiques) et sur papier (brochure, dépliants etc…). Nous avons écrit plus haut que la communication touristique emploie un discours laudatif animé par une métaphore embellissante, des figures de style différents et par l'usage de stéréotypes destinées à la caractérisation des espaces promus. À l'ère numérique, le marketing du tourisme est de plus en plus inventif et ne se base pas seulement sur les dispositifs verbaux mais aussi sur les dispositifs non verbaux c'est-à-dire sur l'image et les effets visuels et sonores. De nature multimodale, le texte touristique fait coexister différents modes de représentation. La langue écrite et la photographie ainsi que d'autres éléments sémiotiques interviennent en parallèle pour signifier d'une manière attirante un objectif désiré (cf. Montel-Hurlin & Buffaria, 2016, pp. 160-161). Le transfert sémantique d'un texte multimodal vers la langue du visiteur international exige bien plus qu'une simple traduction. C'est à ce moment que la paratraduction et la

[3] Selon le même site, la Tunisie a accueilli entre 2013 et 2022 une moyenne de 6,14 millions de touristes tandis que le Maroc a accueilli pour la même période en moyenne 10,9 millions de touristes.

transcréation peuvent être considérées comme deux nouveaux concepts de traduction créative qui englobent à la fois la transposition textuelle, l'interprétation de l'image ainsi que d'autres éléments sémiotiques qui circulent non loin de la surface scripturaire en une seule opération traduisante.

La paratraduction s'est développée au début des années 2000 en Espagne, à l'université de Vigo, grâce aux travaux du groupe de recherche TyP « *traducción y paratraducción* » à sa tête l'enseignant chercheur José Yusté Frías qui a mis au premier plan des éléments paratextuels dont l'influence décisive dans l'acte de traduction n'est pas toujours examinée de manière profonde en opération traduisante. Inspirée grandement des travaux de Gérard Genette sur le paratexte, la paratraduction met en exergue le rôle du paratexte et celui de l'image en tant que « *péritexte iconique* » dans le processus de traduction. Selon, Gérard Genette, le paratexte exerce une action sur le public au service d'un meilleur accueil du texte et d'une lecture plus pertinente (cf. Genette, 1987, p. 8) ; l'image quant à elle et selon José Yusté Frías est un moyen essentiel de communication partout et pour tout. Actuellement, les images prolifèrent dans le marché de la traduction non seulement sur papier mais surtout à l'écran dans les hypertextes, elles présentent sous certaines formes (peinture, caricature, image publicitaire) au niveau de l'analyse des spécificités culturelles lesquelles peuvent être assujetties à l'interprétation. Dans le domaine publicitaire – et touristique également – elle forme avec les symboles et les couleurs un élément sémiotique hybride qui accompagne le texte et le transforme en un objet de lecture totalement unique. Tout traducteur rencontre généralement ce genre de supports en communication culturelle, dans les domaines des arts, de la publicité et du marketing international, la question qu'on se pose, faisons-nous réellement attention aux images qui parlent, aux symboles qui attirent nos subconscients et aux couleurs qui procurent un plaisir d'être dans l'image ? (cf. Yuste Frías, 2009, pp. 256-262). À travers le concept de paratraduction, toute l'opération traduisante est réinventée de la simple lecture à vue à la réexpression ; le contrat de lecture qui repose généralement sur un échange silencieux avec les énoncés articulés se retrouve « renégocié » avec la présence de l'image qui projette un pouvoir figuratif impliquant d'autres façons de lire le document.

La transcréation quant à elle, a la même fonction que la paratraduction sur le plan pragmatique, c'est un processus de traduction qui consiste à créer une nouvelle version du document de départ. L'effort de la transcréation est consenti sur le plan textuel. Pour le tourisme par exemple, la traduction de slogans, des expressions métaphoriques ou des stéréotypes doit se faire selon le ton et le style de la culture cible, la marge de manœuvre du traducteur dans cette optique est large, le but est d'offrir une lecture désirante qui garde à la fois le code culturel de l'original mais transposé magnifiquement dans un autre style de rédaction.

Pour corréler ce qui précède avec notre sujet, on dira que tous les pays du monde adoptent la mise en tourisme par l'image et le numérique. Dans le monde arabe, l'on a des pays, pourtant instables éprouvés par les turbulences internes et les guerres comme l'Irak et la Palestine, qui s'emploient à mettre en place des plateformes touristiques pour renvoyer des images positives de leurs patrimoines aux valeurs inestimables, on peut interpréter leurs démarches comme un leurre artistique légitime destiné à combler les imperfections de la mise en tourisme effective sur le terrain, mais l'effort reste plus que louable vu leurs situations politiques. De l'autre côté, l'Algérie est bien loin des turbulences de ce type mais se garde toujours d'afficher son réel potentiel.

Nous nous projetions initialement dans ce projet de thèse à étudier sous un angle critique un volume conséquent de guides, brochures, dépliants, inflights (magazines embarqués conçus par les services de transport nationaux et internationaux) (de préférence bilingues) qui servent généralement de base documentaire illustrant le cadre général de la communication touristique dont la traduction et la paratraduction font parties puisqu'il s'agit de traiter des supports multimodaux plurilingues. Notre objectif était d'une part, de jeter un regard critique sur les qualités de traduction sous un angle « traductionnel » et d'autre part, d'évaluer le rôle des éléments non-verbaux (paratextes, images, symboles et couleurs) dans le transfert sémantique sous un angle « *paratraductionnel* » et « *transcréatif* ». Face à la quasi-inexistence de tels supports en Algérie pour des raisons évidentes évoquées plus haut, nous avons élargi notre réflexion sur les facteurs qui servent de point de départ à la mise en tourisme. Nous sommes donc partis de l'espace qui sert d'itinéraire de base à une telle démarche. Dans ce sillage, la communication autour de l'espace touristique (reliefs, paysages diversifiés, bande côtière etc.) et la manière dont on décrit, par le texte, et dont on capture par l'œil de l'objectif photographique, un lieu, un monument, engendre des supports multimodaux qui serviront ensuite d'objets de lecture, de transcréation et de paratraduction. À travers notre approche nous avons constitué un schéma que nous avons appelé « *schéma de performance touristique* » que nous expliciterons dans la dernière partie de ce mémoire.

Notre avons déployé notre raisonnement dans le présent travail sur quatre parties ordonnées. Chaque argumentation théorique est suivie d'une illustration pratique. Nous avons consacré la première partie au passage en revue de l'évolution de la pensée traduisante. Cette partie résume les travaux majeurs de linguistes penseurs et les théories dominantes qui ont enrichi la traduction à la fois en tant que concept scientifique qu'on étudie à l'université et dont l'examen est toujours renouvelé et en tant que pratique de transfert interlingual séculaire qui s'est développée avec le temps parallèlement à l'évolution des modes de vie et des tendances mondaines de diverses natures. Dans cette partie, nous avons enrichi notre texte par des apports

théoriques abondants et relatifs au sujet « *traduction* ». À ce stade du mémoire, il n'a été question de traiter que la traduction textuelle, le discours et l'interprétation.

La première partie se compose de deux chapitres que nous avons rédigés selon un plan dialectique : thèse, antithèse, synthèse. Nous évoquons au premier chapitre les principaux obstacles d'ordre théorique (voire des positions philosophiques) qui soit exigent à la traduction de se conformer à un processus authentique par lequel tout est transférable : sens et forme, soit la nient complètement. À titre d'exemple, des positions philosophiques comme l'incommensurabilité des systèmes linguistiques et les visions du monde faisant que chaque culture a sa cosmovision, sa manière de désigner les choses, d'en parler, d'utiliser les implicites et les non-dits et les déictiques ont constitué un sérieux argument contre la théorisation de la traduction, d'autres positions du même type comme l'objection préjudicielle (qui provient de la littérature), la traduction des couleurs, le solipsisme linguistique complète la série des arguments contre la traduction. Cette partie du travail a été fortement inspirée des travaux de Georges Mounin, notamment de ses trois ouvrages : « *problèmes théoriques de traduction* », « *linguistique et traduction* » et « *les belles infidèles* ».

Le deuxième chapitre de la première partie constitue l'antithèse qui s'appuie sur des arguments qui remettent la traduction dans un rôle de vecteur communicationnel et que le transfert de la connaissance d'une culture à l'autre reste possible grâce aux universaux (Mounin, 1963, Margot, 1979 ; Delbecque 2006 et Ricoeur, 2004) et à la traduction comme pratique de négociation expliquée par Umberto Eco (Eco, 2006). Ensuite, les théories linguistiques (Catford, 1965 ; Newmark, 1988 ; Nida, 1964 et Vinay & Darbelnet, 1958), interprétatives et pragmatiques (Delisle, 1984, 1999, 2013 et 2021 ; Durieux, 2000, 2005 et 2009), ont permis de dépasser clairement le dogme de non-traduction à travers le rôle de l'interprétation (Seleskovitch et Lederer, 2014), du discours (Maingueneau, 1976, 1984, 2021), l'expérience du traducteur (Robinson, 2012) , la fonction de la communication qui déterminent l'objectif de la traduction (Nord, 2018).

La deuxième partie traite entièrement et de manière détaillée le concept de paratraduction avec ses principaux éléments : le paratexte, l'image, les symboles, l'imaginaire et les couleurs. À ce stade de rédaction nous avons gardé une progression thématique logique. Si dans la première partie, il a été nécessaire de ne se focaliser que sur les problématiques de traduction textuelle, c'est-à-dire au sein de la langue, dans la partie suivante, nous avons porté notre regard sur les problématiques de traduction situés à l'extérieur du texte pour mettre en exergue leurs influences dans le processus de traduction ; cette deuxième partie se caractérise par un développement mettant en avant l'interaction verbo-iconique des supports multimodaux – et notamment la manière de l'assimiler – et la contribution de la paratraduction dans la méthode

de traduction des couples texte-image. Pour ce faire, nous avons adopté comme champs illustratifs la bande dessinée et la traduction publicitaire. La rédaction de cette partie a été en grande partie élaborée sur une synthèse de plusieurs articles du fondateur du concept de paratraduction José Yusté Frías parus entre 1998 et 2022. La partie est clôturée par un compte-rendu de visionnage en ligne du colloque international sur la paratraduction tenu en 2009 duquel nous avons tirés plusieurs contributions théoriques à propos de la construction du sens dans le processus de traduction documents verbo-visuels.

La troisième partie traite des études de tourisme et en particulier celle de la mise en tourisme des espaces touristiques à travers le rôle du visiteur dans son expérimentation du lieu visité du début de son parcours jusqu'à sa fin (Laplante, 1996 et Jafari, 2000). Après une étude définitoire sur le tourisme par deux approches, économique et sociale, nous évoquons une idée selon laquelle la valorisation de l'espace crée le discours touristique, notamment par l'aménagement, la réflexion et l'interprétation. Pour la concrétiser nous nous sommes appuyés sur les sources théoriques des spécialistes de la géographie et de l'urbanisme tels que Boualem Kadri (Kadri & Pilette, 2017 et Kadri & Benhacine, 2016), Mimoun Hillali (Hillali, 2003), Norman Cazelais, (Cazelais, Nadeau, & Beaudet, 1999), Pierre George (1970), Armand Frémont (1976) Dean MacCannell (MacCannell, 1989) et de John Urry (Urry, 2002, 2003 et 2005). La valorisation de l'espace qui mêle diverses activités humaines (associatives, culturelles, sociales, touristiques…) alimente les sources de production du discours touristique. Nous nous sommes également attelés dans cette partie à dresser deux stratégies de mise en tourisme qui caractérisent la plupart des pays du monde

1. Une stratégie dite classique qui mise sur l'exploitation des vestiges naturelles, la création des zones d'expansions touristiques et sur le marketing du tourisme en multipliant les campagnes publicitaires à l'international (Maroc, Tunisie) (Hillali, 2003) et ;

2. Une stratégie de mise en tourisme par métropolisation qui voit une seule métropole ou mégapole développer une économie immense en disposant des capacités d'accueil conséquentes pour couvrir les besoins du tourisme de masse (Dubaï, Shanghaï, Hong-Kong, Los Angeles, etc…). D'ailleurs cette stratégie a mis au monde le tourisme métropolitain (Kadri & Pilette, 2017) dans lequel une seule métropole constitue une vitrine pour tout le pays. À titre d'exemple, Paris est surnommée « une ville-monde » grâce aux superlatifs associés à son tissu urbain, à son histoire et ses monuments (cf. Nazet & Nonjon, 2018, p. 256).

La mise en exergue de ces deux stratégies est intéressante dans la mesure où un pays comme l'Algérie, fort de sa position géographique, de sa diversité naturelle et de sa grande superficie peut les combiner. Des villes comme Alger, Oran, Annaba peuvent être intégrées à titre d'exemple aux projets du tourisme métropolitain.

La quatrième et dernière partie a été consacrée au volet pratique. Nous y traitons la problématique de mise en tourisme en Algérie sur trois axes : a) une étude générale du profil du pays avec ses potentialités ; b) une étude des conditions d'exploitation (sous forme d'état des lieux) des principales zones d'expansion touristiques situées au nord et au sud ; c) Mise en valeur du potentiel touristique algérien par l'évènementiel sportif en évaluant l'impact du rallye du Dakar durant les années 1980 sur le désenclavement et la médiatisation du paysage touristique algérien par la publicité. Cette partie contient également un rapport d'enquête de terrain intitulé « *mise en tourisme et de construction des hyperréalités par mise en scène du patrimoine* ». Notre choix d'enquête s'est porté sur Tlemcen, une ville algérienne se situant à l'ouest du pays et considérée comme un pôle actif du tourisme culturel vu qu'elle fut jadis une grande capitale du Maghreb. Le but de cette enquête est d'évaluer dans un premier temps l'état de mise en scène du patrimoine tlemcénien et ses performances touristiques dans « *l'espace physique* » à travers des visites dans le centre historique en accordant une attention particulière aux dispositifs de médiatisation tels que les panneaux d'interprétation et le rôle des supports papiers dans la promotion du tourisme à l'intérieur des sites historiques. Dans un deuxième temps, notre objectif nous conduira à vérifier comment ces performances touristiques dans l'espace réel sont transférées dans « *l'espace virtuel* » c'est-à-dire à l'échelle numérique dans la plateforme de promotion touristique de la ville dans l'hypothèse de construction d'hyperréalité. Pour Jean Baudrillard, l'hyperréalité vient avant le réel. En dehors de la cybernétique « *le territoire ne précède plus la carte, ni ne lui survit. C'est (…) la carte qui précède le territoire* » (cf. Baudrillard, 1981, p.10) et avec la cybernétique l'hyperréalité constitue un simulacre naturel fondé sur l'image, l'imitation et la contrefaçon, harmonieux visant la restitution idéale d'une nature (ibid., p.179). Une plateforme numérique d'un site touristique, un panneau tactile dans un musée ou dans un parc à thème peuvent être des points d'accès aux hyperréalités pour les visiteurs. C'est au stade de l'hyperréalité que le travail de la communication – et par ricochet, la traduction et la paratraduction – révèle son véritable pouvoir, puisque la notion d'hyperréalité crée une réalité fantastique dans un contenu multimodal qui transcende le réel, qui stimule l'envie des visiteurs à renouveler l'expérience de visite des paysages, des sites, des parcs à thème. Nous clôturons cette dernière partie pratique par une analyse comparative des plateformes de promotion du tourisme algérienne et marocaine et par des exercices de paratraduction sur des affiches publicitaires tirées d'un magazine de tourisme algérien « Assihar » pour démontrer l'importance du guide bilingue ou trilingue dans la valorisation d'un espace touristique par l'emploi de supports touristiques multimodaux. Les résultats obtenus des travaux de la dernière partie sont exposés en conclusion générale.

Première partie

Chapitre premier : Regard sur l'évolution constante de la traduction

1 Traduire, Traduction et Traductologie, une étude définitoire

Selon le dictionnaire étymologique de la langue française, le verbe traduire a été emprunté par francisation du verbe latin *traducere.* D'origine indoeuropéenne, ce verbe latin se compose de (→*trans*) et de *ducere* qui veut dire « conduire ». (Rey, 2010), la flèche renvoie au transfert que constitue la traduction et vient confirmer l'étymologie *(« traduire »* → « conduire » *(ducere), « conduire de l'autre côté »* (« trans ») (cf. Oustinoff, 2018, p. 47 et Durieux, 2005, p. 7). Robert Larose rapporte que le verbe *traduire* remonte à un autre verbe latin irrégulier dont les formes à l'infinitif présent étaient *transferre,* et au participe passé, *translatus,* le mot courant latin qui désignait le traducteur était *interpres*, l'interprète était jadis connu sous le nom de *dragoman* (égyptien) ou de drogman (en italien *drogommano*) qui vient de l'arabe « ترجمان » *[turǧumân]* (Larose, 1992, p.[1ère partie] §1).

Jusqu'au XIXème siècle on pouvait employer le verbe traduire dans le sens de transférer d'un lieu à un autre comme cela est répertorié dans la majorité des vieux dictionnaires de l'Académie française ; à ces époques, le verbe *« traduire »* et le nom *« traduction »* étaient rattachés à une notion de déplacement puis à une notion juridique[4] *« transférer quelqu'un d'un lieu à un autre … citer ou renvoyer quelqu'un devant un juge ou un tribunal…traduire en justice »* (Beaujean et Littré, 1875) avant de se limiter à l'acception de transfert linguistique *: « faire passer un texte, un discours d'une langue dans une autre »* (Larousse, 1995).

Par dérivation lexicale, d'autres mots sont inventés en rapport à l'activité de traduction qui a commencé à prendre de l'ampleur au fil du temps. À titre d'exemple le préfixé *« retraduire »* signifie la traduction d'un texte qui est lui-même une traduction, *« traduisible »* et *« intraduisible »* soulignent la prise de conscience des difficultés de traduction ; par métonymie, on préfère le mot *« traduction »* comme une action de transposer un texte dans une autre langue par rapport à d'autres équivalents comme *« translation »* et *« version »* (Rey, 2010).

L'objectif de cette étude définitoire sur les contours des mots *« traduire », « traduction »* et *« traductologie »* est de comprendre les nuances particulières qui ont marqué la pratique de la traduction à travers ce bref rappel historique avant l'avènement de la traductologie en tant que science de la traduction à partir de la seconde moitié du siècle dernier.

Les deux définitions suivantes : *« faire ce qui était énoncé dans une langue naturelle le soit dans une autre en tendant à l'équivalence sémantique et expressive de deux énoncés. »* (Le Robert, 2010) *et « la traduction est un travail pénible qui demande une grande intelligence de deux langues et de la matière dont il s'agit »* (Dictionnaire de l'Académie française, 1798) peuvent être considérées

[4] Le sens de traduire quelqu'un en justice subsiste toujours aussi bien dans la langue standard que dans la langue de spécialité.

comme des définitions illustratives qui soulignent le caractère éprouvant des projets de traduction conduits par les intellectuels durant l'époque du rayonnement littéraire européen ; elles ne semblent également sous-entendre aucune référence théorique moderne pour la traduction.

En revanche, ce que l'on entend par *« travail pénible »* c'est le fait que la pratique de la traduction s'appuyait sur des méthodes d'investigation de grande envergure comme l'examen herméneutique et philologique de la matière à traduire – dans les périodes antérieures, la traduction n'avait donné lieu qu'à des notes, à des observations éparses, à des conseils empiriques, à des méditations artisanales (Margot, 1979, p. 9) – ; la traduction était un exercice pénible à cause de phénomènes complexes dont celui de l'intraduisible et en ce sens, pour triompher de l'écueil de l'intraduisible, il fallait éviter de le reproduire tel qu'il l'est en langue source, avec toutes ses nuances qui n'auraient pas d'écho en langues cible et inventer un nouvel intraduisible qui puisse l'exalter comme dans la langue source (cf. Dotoli, 2010, p. 9).

Si l'on évoque le développement sémantique, le grand dictionnaire terminologique du Québec en ligne (abrégé GDT) élaboré par l'Office Québécois de la Langue Française répertorie la notion *« traduction »* dans plusieurs entrées terminologiques dont les définitions sont tout aussi variées en allant de la biologie à la télécommunication. Dans le domaine de l'édition par exemple, une traduction se veut *« une reproduction d'un ouvrage dans la langue différente de celle dans laquelle il a été écrit » ;* sous la rubrique linguistique, la traduction *consiste à rendre à l'écrit dans une langue donnée un texte rédigé dans une autre langue.* En sciences de l'information, *une traduction est un document « dérivé » présentant dans une autre langue l'équivalent d'un texte*, et enfin en télécommunication, la traduction est définie comme une *opération consistant à faire correspondre aux signes télégraphiques les caractères d'écriture* (Le grand dictionnaire terminologique, s.d.).

C'est dans le sens de transposition (elle-même répertoriée dans les rubriques de la traductologie, de la linguistique contrastive et de la didactique des langues) que le mot traduction entre dans le cadre d'une opération de transfert de valeur sémantique d'une partie du discours dans la langue source à une autre partie de discours de la langue cible (Neveu, 2004) ; le dictionnaire de linguistique propose deux paragraphes dans l'entrée *« traduction »* résumant l'activité traduisante ; hormis les acceptions générales mentionnées plus haut, la traduction y est définie par rapport à son insertion dans d'autres domaines (traduction technique, traduction littéraire…). Cette insertion a créé la traduction spécialisée qui met en évidence une diversité de modes opératoires selon le processus et la nature du document écrit : *« …la traduction a joué une activité humaine universelle rendue nécessaire à toute les époques par les multiples contacts qui se sont imposés entre communautés et individus de langues*

différentes» (Dubois, 2001, p. 486) ; elle a joué un rôle majeur dans la constitution de l'esprit littéraire européen par l'influence des chefs-d'œuvre antiques et étant donné qu'elle a commencé à occuper une place centrale dans les échanges, cela a légitimé dans l'ère moderne l'apparition de la traductologie (ibid.).

Enfin, les définitions qu'on peut trouver dans les dictionnaires de langues les plus répandus se limitent à de brèves présentations : le dictionnaire des difficultés de la langue française ne va pas plus loin que la petite entrée *« faire passer d'une langue dans une autre »* (Thomas et de Toro, 2014) ; d'autres définitions sont quasi-identiques si ce n'est quelques petites différences subtiles qu'on peut constater au niveau du trait définitoire : *« transposer un discours, un texte, l'exprimer dans une langue différente »* (Larousse, s.d.), *« retranscrire dans une autre langue un texte, un ouvrage, un discours en respectant sa valeur sémantique et expressive »* (Sensegates, s.d.) *« faire passer d'une langue dans une autre en tendant à l'équivalence de sens et de valeur de deux énoncés »* (Le Robert, s.d.) ; *« formuler dans une autre langue (langue cible) ce qui l'était dans la langue de départ (langue source) sans en changer le sens … transposer dans un système ce qui était exprimé dans un premier »* (CNRTL, s.d.).

Le passage en revue de ces définitions nous permet donc de constater que ces dernières ne mettent pas en exergue l'essence de ce qu'est réellement la traduction ni ses grandes préoccupations ni les conséquences de son implication dans le transfert du savoir tout au long de l'histoire, ce qui est logique étant donné que le mot *« traduction »* est avant tout un mot abstrait et chargé d'histoire, lequel a été adapté depuis des siècles et employé de bien des façons nécessitant plus amples explicitations et c'est pour cette raison que nous passons aux définitions contextuelles.

La difficulté de trouver une définition quasi-complète pour la traduction réside dans la multitude de positions respectives d'intellectuels et philosophes, traducteurs chevronnés, linguistes, littéraires ainsi que les contraintes de son usage dans le monde professionnel. En effet, la pratique de la traduction aujourd'hui révèle une grande diversité et des clivages qu'il serait vain, voire naïf de nier. L'activité traduisante est présente dans tous les domaines allant de la littérature à l'informatique, ce qui lui donne une conception différente parce qu'elle s'applique à des modes différents de l'utilisation du langage (Ballard, 1992, p. 9).

Il est tout aussi difficile de la définir en tant que pratique tant les enjeux liés à son processus sont divers et complexes ; la traduction est une activité pluridisciplinaire, (le mot traduction est lui-même polysémique), parce qu'elle caractérise plusieurs pratiques : son sens générique nous renvoie à un exercice de conversion d'un langage dans un autre pour informer ; il peut s'agir également de proposer des équivalences d'énoncés aussi bien à l'échelle monolingue et – là il serait question d'apporter des changements dans le même registre – qu'à l'échelle interlinguale.

En dépit de plusieurs orientations, l'enjeu principal demeure le même : rendre l'information accessible à autrui ; le traducteur ne saurait donc se limiter dans son travail à un exercice de suppléance de mots d'une langue à une autre ou d'une culture à une autre, il s'agit plutôt de faire fonctionner un système d'énoncés de manière équivalente d'une langue à une autre (Le Hénaff, 2016, pp. 50-51).

La traduction consiste surtout à produire une forme d'équivalence qui produirait le même effet dans une langue autre que celle dans laquelle l'énoncé a été initialement produit, pour cela il existe des pistes : les jeux de langages permettent de puiser dans notre réservoir linguistique ce qu'il y a de mieux pour alimenter des « pré-traductions », toujours dans une perspective fonctionnelle contrairement à la perspective analogique qui ne va pas plus loin que les mots.

La traduction est difficile à définir compte tenu de nombreuses approches visant à rendre perceptible son essence. Chaque spécialiste (dans la majorité des cas un spécialiste interdisciplinaire) la définirait en fonction d'un champ d'étude particulier ; Jeremy Munday dira à ce propos que la définition de la traduction tient à la fois au fait de sa *« portée »,* à ses activités et aux disciplines réunies pour sa pratique (cf. Munday, 2009, p.5), Jean Claude Anscombre considère que l'enjeu derrière un exercice traductif est de bien se comporter, durant un transfert qu'il qualifie de sémantico-pragmatique, avec l'esprit du texte départ (Anscombre, 2009, p.16).

Pour Freddie Plassard, la traduction est un processus parfaitement axé sur le texte sur lequel on travaille par étapes pour produire un autre texte – dans une autre langue – aussi contextualisé que possible dans sa globalité en tenant compte des spécificités de l'écriture d'un auteur particulier ; le tout premier contact qu'on a avec le texte – en tant que fragment d'une autre réalité ou exprimée différemment qui nécessite un rapprochement à la nôtre et c'est d'ailleurs le but de la traduction – réside dans la lecture par laquelle on appréhende, on vérifie le document à traduire et on clôt le processus puisque la validation finale passe elle aussi à travers une lecture ultime (Plassard, 2007, p. 15).

Définir la traduction suppose également aborder son *« statut »* sur le plan diachronique, la traduction biblique, indépendamment du volet religieux, a mis en lumière l'importance de la traduction en trois dimensions :

1. La première concerne les versions multiples de la Bible qui démontrent que la traduction a joué un rôle clé pour la diffusion de ses textes dans toute l'Europe grâce à la langue dominante de l'époque : le latin et partant, la traduction a donc rempli une fonction communicative, son privilège était tel que les interprètes en Égypte avaient un statut de princes en raison de leur rôle majeur joué en diplomatie ;

2. La deuxième dimension concerne le rapport de la traduction avec la problématique de la langue et le contact interlinguistique, même si l'exercice de la traduction met

en jeu deux langues de la même famille, le niveau linguistique ne peut être le seul critère pour juger de la qualité d'une traduction et cela quel que soit le degré de leur rapprochement ;

3. La troisième dimension concerne le rapport de la traduction à la diversité des langues et la pluralité des versions par rapport à un même contenu traduit. Il y a lieu de rendre légitime l'acte de traduction dans la mesure où la diversité linguistique le permet et surtout l'impose, sans oublier le fait que chaque langue appréhende la réalité avec les attributs issus de son propre système, une langue n'est pas faite uniquement de mots mais aussi de visions (Oustinoff, 2018, pp.8-10-12).

L'homme à travers une vision du monde définit les attributs des objets en leur associant des traits linguistiques, ensuite il les catégorise et les spécifie, mais ce mécanisme à la fois complexe et universel n'est pas le même pour toutes les langues et la conséquence sur la traduction est évidente. La traduction ne peut donc se réduire à une technique neutre ou transparente au travers de laquelle le texte original apparaîtrait idéalement comme dans le miroir à l'identique et c'est pour cela qu'un traducteur se doit de procéder à des transformations à l'aide de la traduction car cela rentre dans la nature même du langage (Oustinoff, 2018, p. 18).

Jean-René Ladmiral estime pour sa part que la pratique de la traduction a longtemps fait partie des activités humaines universelles ; elle a toujours joué un rôle majeur dans le partage du savoir et dans la création des liens entre communautés de langues différentes, que ces liens soient individuels ou collectifs, accidentels ou permanents, qu'ils soient liés à des courants d'échanges économiques ou apparaissent à l'occasion des voyages ou qu'ils fassent l'objet de codifications institutionnalisées (traités bilingues entre États par exemple) ; elle doit satisfaire un acte de communication, économiquement déterminé par les conditions de production du traducteur et il est clair de nos jours que les besoins de la traduction varient selon le secteur dans lequel un traducteur est recruté ; ces besoins sont de plus en plus étoffés et vont croissant si bien que la masse de besoins ne fait pas intervenir que le traducteur humain, mais également la machine (cf. Ladmiral, 1994, pp. 11-13-15).

Roman Jakobson figure parmi les premiers linguistes structuralistes à avoir proposé une définition tripartite de la traduction : a) la traduction *intralinguale* fait référence à une reformulation dans la même langue (ou dans le même registre), lorsqu'on introduit par exemple la locution *en d'autres termes*, c'est qu'on passe à une paraphrase, à une reformulation plus explicite de ce qui est dit ; des écrivains éminents comme Marcel Proust ou Jorge Luis Borges entendent leur travail d'écriture comme un travail de traduction, d'une sorte d'*« avant-première langue »* (Ost et Bary, 2012, p. 658) ; b) la traduction dite *« intersémiotique »* est relative à un changement de moyen d'expression, on peut décrire la traduction intersémiotique comme une *« conversion de code »* c'est à dire lorsqu'un compositeur fait jouer les mots en musique, ou

lorsque le son musical se supplée au code verbal ; c) la traduction *« interlinguale »,* est celle qui s'opère entre deux langues, c'est la *« traduction proprement dite »*. Cette dernière est qualifiée par Halverson (cité par Munday, 2009, p.6) comme une traduction *« prototypique »* car elle s'opère entre deux systèmes dont le socle est d'un prototype commun. La définition tripartite de Jakobson recoupe tous les postulats qu'on peut faire sur la traduction mais d'une manière nourrie par la sémiotique (cf. Eco, 2006). Le sous-titrage par exemple est concerné par les trois types de la traduction dans la mesure où une partie linguistique d'un document audiovisuel peut être reformulée si elle comporte des variations de registre (subversion, explicitation des dialectes etc.) et donc traduite aussi bien sur le plan « linguistique » que sur le plan *« extralinguistique ».* À propos de ce dernier point, on traduit absolument chaque signe par transcription (selon le cas et le type d'audience) en ce qui concerne les sonneries, les aboiements, les cris, les éléments visuels que l'image renvoie etc.

Les volets *« linguistique »* et *« non-linguistiques »* sont traités directement selon la spécificité du document : un hochement de tête n'a pas besoin d'être traduit puisqu'on le comprend à travers l'image. Pour un documentaire, *« le trop-linguistique »* peut être résumé grâce à un travail de condensation pour harmoniser l'affichage des sous-titres, le sous-titrage fait interagir trois codes : le son, l'image et le texte (cf. Munday, 2009, p. 6). Néanmoins, la traduction intersémiotique de Roman Jakobson qui permet de passer de l'art du langage à la musique, à la dance, au cinéma ou à la peinture est selon Oustinoff une *« transposition créatrice »* d'un système de signes vers un autre qui sied bien aux domaines des arts plutôt que l'appeler *« traduction »* jugée abusive par rapport au mode opératoire (Oustinoff, 2018, p. 19).

Pour des questions relatives à la traductologie, la difficulté d'aboutir à une définition claire de la traduction réside dans son lexique propre, autrement dit comment distinguer clairement entre ce qui est une *« traduction »,* une *« traduction-adaptation »,* une *« transcréation »* et une *« version »,* et *« une interprétation ».* Selon Georges Bastin, l'adaptation est une série d'opérations visant à produire un texte qui n'est pas entendu comme une traduction, mais qui peut être reconnue comme une représentation du texte source dans sa longueur ; Shuttleworth et Cowie considèrent que l'adaptation est une stratégie de traduction libre qui se manifeste par des changements opérés sur le texte source visant à créer un texte cible qui sied aux attentes et aux convenances d'un public cible (Bastin, Shuttleworth et Cowie, 1997, cités par Munday, 2009, p.7).

Pour Amparo Hurtado Albir et Fabio Alves, c'est le processus cognitif emprunté par le traducteur qui caractérise le plus l'activité traduisante puisqu'elle est à la fois un acte de communication et une opération textuelle ; ce qui importe c'est le processus mental convoqué

en pleine pratique traduisante associé à une compétence traductionelle (Albir et Alves, 2009, p. 54).

Par ailleurs, c'est par rapport à sa fonction dans le monde professionnel s'inscrivant dans la politique de l'offre et de la demande que Daniel Gile propose une définition assez simpliste mais on ne peut plus logique : *« un service professionnel dont la fonction est de faire connaître à des destinataires le contenu d'un texte écrit dans une langue qu'ils ne maîtrisent pas, et ce à la demande d'un client et moyennant rémunération »* (Gile, 2005, p. 9). En effet, Daniel Gile ne semble pas très admiratif envers une *« scientificité de la traduction »*, il estime que les études universitaires qui ont forgé le terme *traductologie* confondent celui-ci avec la traduction pratique. À l'université, toutes les problématiques réelles posées au sujet de la traduction sont nourries à partir des expériences professionnelles et les autres sujets ne sont que des hypothèses qui prennent du temps à se concrétiser et qu'on ne croise que très rarement sur le terrain. Pour Paul Ricœur, *la traduction reste une opération risquée toujours en quête de sa théorie* ; il soutient sa thèse sur la traduction sur ses deux versants [extra] et [intra] langagiers : *théoriquement incompréhensible, mais effectivement praticable.* (Ricoeur, 2004, pp. 26-27). L'expérience de la traduction en tant que métier est donc bien plus dominante que celle du volet de la recherche proprement dite ; la démarche scientifique en traductologie est récente ; elle ne date que des années 1960, tandis que la démarche empirique comme l'expérience littéraire s'inscrit dans une tradition très ancienne, puisque la pratique de la traduction a débuté dès l'antiquité (Gile, *op. cit.*, 2005, p. 235) :

> À côté de la démarche scientifique (…) on trouve en traductologie, une démarche plus proche des humanités que certains ont appelé liberal cuts en anglais et que l'on pourrait appeler « littérature » (au sens large) en France. Il s'agit d'un discours sur la traduction fondé sur la réflexion et sur l'observation systématique des faits. La recherche de régularités, l'élaboration des théories et surtout leur vérification par la recherche empirique (Gile, 2005, Chap. 3, §1).

Les praticiens voient que la réflexion théorique ne leur est d'aucune utilité pratique, et ils ne manquent pas en outre de lui faire des reproches précis à propos des idées qui dévient de la réalité (Gile, 2009, p. 73).

Pour Rudy Look, il est tout aussi contraignant de définir la traduction que la traductologie qu'il qualifie de discipline encore récente qui englobe toutes les problématiques universitaires liées au *sujet traduction*. Dès sa parution dans les années 1970, elle s'est subdivisée en deux branches (subdivision motivée par les positions divergentes entre praticiens et théoriciens), une branche appliquée qui traite, analyse les résultats collectés à partir d'une littérature de textes traduits, l'autre est fondamentale et porte sur le suivi de l'évolution épistémologique de la traduction si on la considère comme une science (Look, 2016, p. 41). La traductologie existe

parce qu'il y a des textes à traduire en grande masse et que ces textes sont soumis à un traitement analytique à plusieurs niveaux. Par conséquent, la traduction est une affaire de textes au lieu d'être réfléchie en premier lieu comme une affaire de systèmes mis en regard (Eco, 2006, p. 45) et l'une de ses caractéristiques majeures concerne l'origine de théorisation qui reposait au départ sur la pratique.

En effet, une grande partie des premiers écrits étaient rédigés par des traducteurs ou érudits polyglottes qui visaient à expliquer, justifier ou discuter de leur choix d'une stratégie de traduction particulière, sur ce point, l'Occident a une longueur d'avance en matière de réflexion sur les « effets » de la traduction (Munday, 2009, p. 1).

La dénomination *« traductologie »* revient à James S. Holmes qui l'a proposée originellement en 1972 comme une bonne alternative à d'autres appellations largement répandues dans les études anglophones portant sur la traduction, comme *translatology, science of translation, science of translating.* Cette *« science de la traduction »* est issue des lettres modernes, de la linguistique et de la littérature comparée qui a été progressivement adoptée par les grandes institutions universitaires européennes, non sans générer des débats, puisque James S. Holmes a relevé qu'il n'y avait pas un consensus qui pût refléter le cadre et la structure de la discipline (cf. Holmes, 1988, p.77, cité par Munday, 2009, pp. 4-5).

Revenons au milieu professionnel, la traduction doit rendre une information précise et il ne s'agit pas de respecter scrupuleusement la forme. On parle d'une traduction libre, quand une traduction remplace la totalité d'un énoncé par un autre présentant les mêmes caractéristiques d'adéquation à la totalité de la situation (Delisle, 1984, p. 49) ; dans cette optique, ce sont les impératifs de la communication qui priment sur l'activité traduisante.

Pour Michel Ballard, l'activité de traduction dans le monde professionnel dépend surtout des hauts et des bas de son propre marché (donc de l'économie) ; elle est aussi une activité cognitive, intelligente qui accompagne les modes de pensées humaine et s'adapte à leur évolution à travers le temps, cette activité intelligente est nourrie par la manière dont les traducteurs transforment leurs propres préférences idiosyncratiques et habitudes en une véritable base pour convertir des textes originaux en textes traduits ; c'est une opération naturelle que l'on pratique à l'intérieur de sa langue lorsqu'on paraphrase un énoncé. Cette faculté d'utilisation de deux codes distincts contribue à la fois à achever le développement de la fonction métalinguistique et à affirmer la perception que l'on a des deux codes l'un par rapport à l'autre (Ballard, 1992, p. 11).

Il est toujours contraignant de comprendre autant la traduction que ses traits distinctifs par rapport à l'original. Est-ce une copie ? est-ce une partie de celui-ci ? théoriser la traduction est nécessaire pour tenter de rapprocher deux *« essences incommensurables »,* dit-on, (l'original et la

traduction) sous forme d'un exercice qui entre dans un langage de second degré ; l'original est représenté en une totalité sémantique et formelle, une entité différente qui transcende toute reproduction ou création d'une soi-disant copie d'elle-même ; la traduction, elle, tente de cerner ce « tout » en perçant le mystère des nuances et des particularités de cet original en livrant une autre compréhension de lui-même. (Kristeva, 2009, p. 10). Par voie de conséquence, la mission du traducteur ne consiste donc pas à redessiner les mêmes contours de l'original dans une sorte de reproduction mécanique, ou transposition littérale, ce dernier s'attaque plutôt au mot ainsi qu'à sa signification (ibid.).

Dans le même registre, Umberto Eco s'interroge également sur la valeur intrinsèque de l'acte de traduire. Que signifie la traduction réellement ? ce serait beaucoup trop simple d'après lui de se remettre au fait de *dire la même chose dans une autre langue,* on ne saurait comment qualifier la traduction en tant que résultat, s'agit-il d'une paraphrase, une explication, une reformulation, une définition ? sur ce, il tranche sur le fait que la traduction à juste titre ne veut pas dire la même chose dans l'autre langue mais « presque la même chose » ; c'est pourquoi la définition de la traduction et sa théorie figurent parmi les problèmes concrets de la traductologie (Eco, 2006, intro. §1), toutes les définitions du monde portant sur la traduction ne peuvent être très utiles que si elles explicitent ce que signifie l'équivalent (ibid., p. 29). La traductologie est donc bien là pour s'occuper aussi bien du volet définitoire de l'activité traduisante que du suivi synchronique et diachronique de la discipline.

Parmi les innombrables interrogations que l'on se pose sur l'éthique du traduire, la plus importante est celle du constat de son importance à la communication interpersonnelle : lorsque Ferdinand de Saussure dit que la traduction est d'abord une opération linguistique, son point de vue est relatif ; à l'incription de l'acte du traduire dans l'échange ; celui-ci est un besoin naturel qui nous aide à nous identifier par rapport à l'autre et la traduction est partie prenante de cet échange, sans elle l'homme ne pourrait pas exister. Au besoin, il a même recours à l'auto-traduction pour se prouver qu'il existe.

Douglas Robinson place la question de la traduction autour de savoirs interne et externe relatifs à sa pratique. En effet, dans l'action, on peut décrire la traduction de plusieurs manières. De tout ce qu'elle recèle pour un *« non-traducteur »* c'est qu'elle est tout juste un texte transféré à partir d'une autre langue, un produit qu'on peut consommer par la lecture. En revanche, pour les traducteurs, c'est une activité qui comprend une série d'étapes adoptées comme on en trouve dans tout autre métier, à savoir : une recherche thématique, un travail collaboratif avec d'autres traducteurs, exercice sur le document (traduction de mots, expressions et phrases), facturation, édition, révision et livraison. Durant tout ce processus, c'est le texte qui est l'élément le plus important : *« Dans la perspective d'un savoir externe (celui des « non-traducteurs ») la traduction est*

un texte, tandis que ce qu'entendent les praticiens par « traduction » par leur littérature relative au savoir interne c'est une activité qui a pour objectif la production d'un texte » (Robinson, 2012, préface §1). [Notre Traduction].[5]

Dans son article intitulé *: « traduire le sens, traduire le style »* et pour mieux comprendre cette phénoménologie de la traduction, Charles Taber se propose de décortiquer la phase de l'accomplissement de l'acte du *« traduire »* à travers une définition qui était largement répandue dans les années 1970 et que nous reprenons comme suit: *« La traduction consiste à reproduire dans la langue réceptrice le message de la langue source au moyen de l'équivalent le plus proche et le plus naturel d'abord en ce qui concerne le sens, ensuite en ce qui concerne le style »* (Taber, 1972, p. 55).

Il s'avère d'après cette définition que le succès d'une traduction est tributaire d'un transfert concluant du sens lequel représente le monde affectif, la substance la plus intime du langage manié par l'usager d'une langue, ce monde affectif se représente en une structure profonde non palpable qui se transforme par conversion, phoniquement et morphologiquement en une structure superficielle.

Pour décortiquer l'opération de traduction, Charles Taber en tant que structuraliste, suggère une analyse componentielle d'une seule langue pour en déceler les principales caractéristiques du maniement du langage (analyse des relations, des unités, relations temporelles, logiques etc.). Cette analyse selon lui est utile pour situer la charpente sur laquelle repose la structure profonde et qui représente la forme la plus manifeste de tous les éléments du sens du texte que nous traduisons. De ce fait, il faudra tenir compte de cette analyse pour traduire l'essentiel de ce que l'on aura extirpé du texte source avec le moins de perte possible.

Le deuxième palier de cette définition est le style ; Taber estime qu'il est beaucoup plus proche de la structure superficielle (vocabulaires, tournure). Il revêt un aspect utilitaire au bon vouloir de l'usager, cela veut dire que pour le style il faudra surtout s'adapter à celui de la langue réceptrice et ne pas calquer le style de la langue source dans une langue qui ne le reconnaît pas.

Il arrive qu'on soit contraints d'abandonner la forme d'une expression figurée qui ne porterait pas le même sens dans la langue réceptrice que dans la langue source. Cette adaptation stylistique concerne aussi le niveau d'équilibrage sémantique. Mettons par exemple dans le rapport d'équivalence que si dans une langue un terme est plus spécifique pour la situation décrite et que son équivalent dans l'autre langue soit plus général. Il faudrait alors doter cet équivalent d'autres composantes pour créer un équilibre entre les deux.

[5] Dans les termes de l'auteur: « *from the perspective of "external knowledge" (the knowledge of non-translators) translation is a text; from the perspective of "internal knowledge" (translators) translation is an activity that aims at the production of a text.* ».

Traduire avec un style soigné c'est trouver dans la langue réceptrice les moyens minimes de représenter tout ce que nous aurons trouvé dans le texte original, à savoir les unités et les relations pour lesquelles il faut choisir la représentation qui comporte le mieux les mêmes composantes sans conversion algorithmique de structure superficielle en structure superficielle. La stratégie de la traduction du style ne devrait pas être élaborée sur le critère de ressemblance formelle, ce qui, à défaut, compromettrait la fonction de communication.

En revanche, il est primordial de représenter les valeurs stylistiques portées par les traits du texte source également dans un système qui assurera le même rôle avec les propres attributs de la langue cible (cf. Taber, 1972, pp. 55-62).

En prenant exemple sur la manière artistique et ancestrale avec laquelle on fabrique des tapis au Proche Orient, Christine Durieux s'interroge si la traduction relève du domaine de l'art ou de la science. Elle suggère pour la traduction et par ricochet pour l' *« activité traduisante »* ou encore l'*« opération traduisante »* trois orientations définitoires :

1. La traduction est une opération singulière et collective dans son action, étant donné qu'elle entre dans le paradigme de la théorie interprétative, c'est un acte de communication avant tout, son processus est aussi bien universel que celui de la communication (cf. Durieux, 2000, § 2) ;

2. La traduction est une opération singulière et individuelle dans le résultat dans la mesure où chaque texte traduit ne peut ressembler à un autre, chaque texte traduit est unique ; chaque traducteur traduit selon son prisme. On peut encore approfondir les choses en disant qu'une traduction dans bien des cas peut être revue, modifiée synchroniquement ou diachroniquement : « la traduction est incontestablement le résultat d'une interaction personnelle entre le texte et le traducteur, elle porte la marque de ce dernier » (ibid., p. 23) ;

3. La traduction est une opération plurielle et dans ce cas on s'intéresse à son caractère polymorphe qui indique qu'elle repose d'une part sur une lecture interprétative du texte et la manière d'adapter ladite interprétation dans le texte cible toujours dans le sillage de l'action de communication ; il est nécessaire que ce caractère polymorphe de l'opération traduisante soit mis en exergue puisque dans le propre de la traduction, on parle de texte source et de texte cible et avec le rajout de la communication en tant que donnée importante dans l'échange avec l'autre, on obtient émetteur (interprétation) et récepteur (texte traduit) (cf. ibid., p. 14).

En somme : *« Vue comme un acte de communication et non comme un transfert linguistique, traduire c'est comprendre pour faire comprendre à des lecteurs qui ne connaissent pas la langue dans laquelle le texte de départ est rédigé »* (ibid., p. 17).

L'opération de traduction se fait en plusieurs étapes et prend appui sur une matière qui est le texte, au fur et à mesure que le traducteur parcourt le texte grâce à la mobilisation de ses connaissances linguistiques de la langue de laquelle il traduit sollicite son acquis thématique pour établir une corrélation avec les moyens linguistiques qui ne suffisent pas pour accéder au

sens ; nous rajouterons à cela l'apport de la recherche documentaire qui permet *une analyse des champs sémantiques et une synthèse des éléments de connaissances linguistiques et thématiques pertinents* (ibid.).

2 Théoriser la traduction

La période qui suit la Seconde Guerre mondiale est le moment où la traduction devient immédiatement un objet d'investigation scientifique (Brisset, 1998, p. 324), mais avant cela les problématiques qui en découlaient ne concernaient que l'empirisme qui oscillait entre un littéralisme strict et une liberté excessive à l'égard des textes (Margot, 1979, p. 16). Une étude théorique de la traduction s'articulait autour d'une comparaison philologique en mettant l'accent sur le critère de fidélité qui prenait plusieurs formes selon les époques : une fidélité à un courant littéraire, une fidélité à un esprit dominant, une fidélité philosophique ou une fidélité au texte sacré etc. ; tout ce qui se disait à propos des travaux de traduction se ramenait à « *un amas d'impressions générales hétéroclites ou d'intuitions personnelles empreintes de subjectivisme et portaient essentiellement sur la manière de traduire les grands auteurs »* (Delisle, 1984, p. 48). « *Pendant des siècles, la traduction était considérée comme un exercice littéraire, et ce qu'on pouvait dire de ses principes et de ses techniques ressortissait à la rhétorique et à la stylistique ; les écrivains-traducteurs codifiaient vaille que vaille leurs expériences dans ce domaine. »* (Mounin in : A. Martinet, 1969, p.375 cités par Margot, 1979, p. 16). Les enseignements *« pré-théoriques »* à propos de l'activité traduisante étaient rassemblés en témoignages, intuitions personnelles, recettes artisanales et inventaires d'expériences, le tout donne un empirisme, – non négligeable, certes – que les linguistes sont venus organiser en théorie de la traduction à cause des mutations générales de la vie intellectuelle survenues après la Seconde Guerre mondiale :

> L'accroissement du nombre des traducteurs et du besoin qu'on a d'eux, l'accroissement des exigences des publics aussi, l'accroissement du sens des responsabilités des traducteurs eux-mêmes, leur organisation dans des sociétés nationales et dans une fédération, la vie collective et les contacts que ces organismes impliquent, tout amène l'activité traduisante à devoir et vouloir sortir de l'âge empirique (Mounin, 1976, p. Chap. III §1).

Au début des années 1960, Danica Seleskovitch qui fut parmi les grands noms de ce qui allait devenir plus tard, « la traductologie », a constaté un vide autour de la question de la traduction qu'elle se proposait alors combler et une théorisation de la traduction ne jouissait pas d'un grand intérêt à cette époque, les praticiens de l'interprétation ou de la traduction n'avaient pas encore commencé à écrire sur la discipline (Widlung-Fantini, 2007, p. 188).

2.1 La dichotomie théorie vs pratique

La traduction a toujours été une activité pratique. Cela est évident vu que tous les débats générés à propos du succès ou de l'échec d'une traduction surviennent en aval d'une traduction (critique d'une œuvre traduite par exemple) ; mais le fait de la théoriser signifie qu'à l'échelle épistémologique, cette discipline devrait avoir un cadre théorique qui délimite ses règles en fonction des situations au risque d'être considérée comme pseudoscience. André Clas dans la préface de l'ouvrage de Robert Larose *« Théories contemporaines de la traduction »* estime que la théorie sur le fond obéit à une organisation logique et ne fonctionne pas dans le vide ; elle est conditionnée par une série de facteurs, notamment par son statut, ses activités, son expérimentation et s'exerce surtout sur une dimension culturelle, contrainte qui porte une contingence historique (Larose, 1992, préface). Une théorie de la traduction consiste donc à multiplier les observations directement sur la *« traductibilité »,* sur *« des faits de traduction »* ou indirectement sur des *« phénomènes linguistiques »,* sur les sociétés, soumettre le tout à une analyse et extraire des résultats pour envisager des pistes qui donneraient lieu à un projet théorique.

La théorie de la traduction est supposée capable de résoudre les problèmes complexes de l'activité traduisante, elle suppose un background d'hypothèses suffisamment enrichi, lequel doit fournir davantage d'outils d'investigation permettant de comprendre comment on parvient à harmoniser les équivalents entre signifiés contrairement aux ouvrages de sémantique et de philosophie de langage, où l'on définit souvent le signifié (ou l'équivalent) comme ce qui reste inchangé dans le processus de traduction (Eco, 2006, p. 30).

En littérature, à titre d'exemple, Antoine Berman (1985, p. 46), estime que plutôt de considérer la théorie comme un répertoire de résolutions des difficultés de traduction, on peut situer l'acte de traduire sur le terrain de l'esthétique, de la poésie, et de la pensée philosophique. Si la poésie déborde les frontières de la langue, la traduction consisterait à s'adapter dans l'acte de rédaction aux modèles de pensée car la poésie vient de la pensée et la langue n'étant qu'une manifestation formelle de ce que dit la pensée. C'est dans ce contexte pratique que des techniques de traduction ont été forgées qui préexistaient aux théories parmi lesquelles on peut citer la traduction *« ethnocentrique »* qui s'oriente vers l'enrichissement culturel avec l'adoption de l'élément étranger et la traduction *« hypertextuelle »* qui est une imitation d'un autre texte (Ibid., pp. 48-49). Les traductions *ethnocentrique* ou *hypertextuelle* caractérisent l'époque classique à la lumière de l'annexion, l'impulsion de traduction ou impulsion traduisante, elles s'inscrivent dans des démarches d'acquisition de termes, des courants de pensée, des tendances entre les cultures du monde occidental ou bien par l'expansionnisme culturel et religieux comme l'impulsion évangélisante, ou celle de l'annexionnisme romain (Ibid., p. 52). Les traductions quotidiennes et en masse enrichissent le style et permettent au traducteur de se

constituer un solide bagage cognitif et surtout d'avoir une expérience traductive qui le dispense du recours à la théorie qui serait donc inutile.

La dichotomie *théorie vs pratique* a été soulignée à maintes reprises par les spécialistes en langues ; les praticiens revendiquent jusqu'à aujourd'hui leur supériorité grâce au succès de la traduction dans le monde institutionnel et dans les affaires économiques. En France par exemple, la profession du traducteur est non réglementée. On peut faire de la traduction si on satisfait certains critères élémentaires et notamment ceux relatifs aux conditions de compétences linguistiques et du bagage cognitif. En d'autres termes, vu le rythme effréné que vit le monde, on se demande si l'on éprouve le moindre besoin de se former en *« théorie de la traduction »* pour se consacrer ensuite à la *« pratique du métier »* ; il ne faut certes pas négliger que la formation universitaire en traduction aide d'abord les étudiants à perfectionner leurs compétences linguistiques à travers les exercices de thème et de version et, ensuite, à l'apprentissage du métier sauf que *le flou des objectifs a souvent laissé croire qu'en faisant faire des exercices de thème et de version, elle préparait à la traduction professionnelle* (Lavault, 1998, Chap. VI).

Umberto Eco considère que la traduction peut avoir son propre champ théorique à condition que cela passe par un travail effectif sur le terrain, loin de toute théorisation dénuée de principe directeur pratique :

> « Les traits de la traductologie me laissent souvent sur ma faim, car l'abondance des arguments théoriques n'est pas illustrée par une série suffisante d'exemples. Dans bien des cas, je soupçonnais que le théoricien de la traduction n'avait jamais traduit et parlait donc d'une chose dont il n'avait aucune expérience directe […] La traduction proprement dite est une chose sérieuse elle impose une déontologie professionnelle qu'aucune théorie déconstructiviste de la traduction ne pourra jamais neutraliser (Eco, 2006, p. 17 et 25).

Néanmoins, malgré l'argument fort des praticiens, l'apport théorique dans la traduction subsiste indéniablement, en particulier à l'échelle universitaire et grâce aux recherches en linguistique appliquée, en analyse du discours, en sociolinguistique, en linguistique computationnelle, en littérature comparée et dans bien d'autres disciplines comme le souligne Maurice Pergnier :

> La linguistique est une discipline qui se veut scientifique mais c'est une science qui manque singulièrement de procédures de vérifications expérimentales. Or il n'est guère de discipline qui puisse se dire scientifique si elle ne procède par un mouvement d'aller-retour constant entre l'établissement des modèles théoriques et les vérifications expérimentales… Parmi les champs de vérifications expérimentales qui s'ouvrent aux modèles linguistiques, il n'en est peut-être que deux, la pathologie du langage – notamment l'étude des aphasies – et l'autre est la traduction. C'est pourquoi je place pour ma part les problèmes

> soulevés par la traduction au centre de toute théorie linguistique (Pergnier, 1981, p.256)

La problématique s'articulant autour d'une quelconque théorie pour la traduction a été discutée dès la seconde moitié du siècle dernier comme une question d'appartenance à un champs (le structuralisme) et si elle a progressivement acquis une certaine autonomie, elle continue encore de puiser des outils dans la linguistique.

L'objet de la traduction dans le cadre de l'opposition *théorie vs pratique* nous conduit à aller chercher des points de concordance entre les théoriciens partisans de l'observation et de la critique de la traduction et les praticiens partisans de l'empirisme radical. La traduction ne consiste plus à traduire dans le tas, sans objectif précis, informer pour informer ou diffuser pour diffuser ; bien au contraire la démarche traductive a un but.

Les praticiens, dans l'exercice quotidien du métier de la traduction ont les mêmes habitudes comme comprendre un texte, le résumer, déterminer sa typologie, étudier sa terminologie, le soumettre à une recherche documentaire pour lui trouver des textes parallèles, le diviser en petites unités etc. Peut-être ne se rendent-ils pas compte suffisamment de cet automatisme cognitif, mais demeure-t-il essentiel d'attribuer leurs méthodes à des « théories » qui ont dessiné les contours de la traductologie, un écart sémantique auquel un traducteur se heurte à titre d'exemple découle d'un écart entre systèmes de langue, ce qui oblige à avoir recours à la linguistique comparée pour trouver des solutions et c'est la même chose pour les études sur la stylistique comparée, qui se veulent à la fois comme sources théoriques et pratiques de la traduction et qui fournissent aux traducteurs des conseils et des règles pratiques sur la manière de traduire (Delisle, 1984, p. 57).

Le texte est l'atelier du traducteur et l'analyse ne peut se cantonner à la pratique à elle seule ni à la théorie à elle seule, son contenu doit être mis en exergue par sa fonction et c'est dans cette perspective que l'école allemande de Reiss et Vermeer s'est distinguée dans le champ des études traductologiques car Reis et Vermeer ont pris l'initiative d'étudier le texte sous plusieurs angles, pour mettre en exergue son rôle, son modèle, les circonstances de sa production, son domaine, sa typologie, sa catégorie et son registre… l'école allemande a percé dans l'étude sur le texte car elle a mis l'accent sur la valeur pragmatique de l'existence du texte comme moyen de communication.

Par conséquent, il résulte que l'opposition de la théorie et la pratique en traduction a tout de même contribué au développement de la traductologie, les deux sont complémentaires l'une de l'autre ; cette complémentarité peut mieux être assimilée avec Susan Bassnett qui estime que la théorie tente de faire comprendre tant aux praticiens qu'aux théoriciens les processus entrepris dans l'acte de traduction et non, comme cela est si souvent mal compris, de fournir un

ensemble de normes pour aboutir à un meilleur résultat de traduction. On ne devrait pas considérer la traduction comme une activité secondaire, ni la soumettre au débat éternel au niveau épistémologique entre la théorie et la pratique (Bassnett, 2002, pp. 44-45).

Une théorisation à bon escient de la traduction est subordonnée à l'avènement d'un compromis : la théorie évolue souvent sous l'influence des travaux pratiques. À partir du moment où les efforts de théorisation partent de l'expérience de la pratique – c'est-à-dire de l'analyse attentive de performances – il est facile de redescendre ensuite vers les réalités langagières et de suggérer des solutions pédagogiques aux principes induits de l'observation. Une théorie issue de la pratique ne serait pas sans racine et son postulat théorique découlant de l'expérience aurait plus de chance de servir pour résoudre des problèmes récurrents de la traduction (cf. Delisle, 1984, pp. 112 et 237).

Toutefois, pour Jean-René Ladmiral, la théorie ne peut pas être considérée comme un cadre de référence à partir duquel des *« techniques de traduction »* peuvent être forgées, elle peut n'être utile qu'à un certain degré :

> La traduction est une pratique, qui a son ordre propre ; comme telle, elle se définit par opposition au discours de la théorie et au fantasme des prétendues techniques […] le seul bénéfice que l'on ait en droit d'attendre d'une théorie de la traduction ou traductologie consiste à classer (cf. Mounin, 1963, p.166) les difficultés de traduction, à les conceptualiser pour articuler une logique de décision. Il s'agit seulement d'éclairer […] le traducteur de lui fournir des « aides » à la décision facilitant ses choix de traduction en les lui rendant conscients grâce à des outils conceptuels […] le discours théorique de la traductologie n'apporte pas des révélations, la découverte de nouveaux « continents » mais seulement la mise en place de concepts abstraits qui soient autant de fenêtres contribuant à éclairer la pratique traduisante. C'est en tant que « culture » ou en tant que « formation fondamentale » que la théorie a un impact au niveau de la pratique qui se trouve ainsi « informé » (à tous les sens du mot) […]. À notre sens, la théorie de la traduction n'a pas tout à apporter du savoir supplémentaire qu'à fournir des concepts clés grâce auxquels on pourra « parler » la pratique traduisante, la verbaliser tout à la fois. Ainsi la traductologie, nourrie de linguistique et de sémiotique mais aussi élargie à l'horizon d'une interdisciplinarité plus vaste, aide le traducteur à se déprendre de l'idéologie spontanée qui nous assiège concernant les phénomènes du langage et qui obscurcit les problèmes […] la théorie de la traduction ne s'autorise que de la pratique traduisante qui la prolonge (cf. Ladmiral, 1994, pp. 211, 212 et 214).

Selon Georges Mounin, une théorie de traduction devrait être bâtie à la base des acquisitions les moins contestées en linguistique la plus récente (Mounin, 1963, p. 7) et ce pour trois convictions ; a) la première est relative au statut du traducteur : donner plus de visibilité à la traduction en tant qu'activité intellectuelle et l'élever au rang des disciplines distinguées dans les sciences humaines aux travers d'actes concrets sur le terrain et notamment à la production

des textes traduits ; b) la seconde conviction concerne la technologie et il s'agit à travers elle de lancer des programmes de *la traductique*[6] par la conception des logiciels de traduction, ceux que Mounin appelle *« machines à traduire »* ; c) la troisième conviction touche au rôle que joue la traduction dans le développement de la linguistique.

En passant en revue les points de divergence sur le propre de la traduction entre Edmond Cary et Andrei Fedorov (le premier insiste sur le fait que la traduction demeure une démarche artistique au vu des prouesses réalisées par la traduction de la poésie et de la littérature, le deuxième loue l'apport de la linguistique à l'exercice de la traduction). Georges Mounin maintient sa position en faveur de la linguistique parce qu'elle est la science mère sur laquelle l'acte de traduire est fondé : *« Les problèmes théoriques posés par la légitimité ou l'illégitimité de l'opération traduisante et par sa possibilité ou son impossibilité, ne peuvent être éclairés en premier lieu que dans le cadre de la science linguistique »* (Ibid., p. 17). Edmond Cary a sous-estimé, selon Georges Mounin, le rôle du linguiste lorsque celui-ci tente de relever réellement les problèmes pratiques de la traduction, l'expérience pratique de Cary l'a conduit à minimiser *« le moment linguistique »* dans l'analyse de l'opération traduisante, il a eu tort de restreindre l'apport de la linguistique à la traduction uniquement sur le plan structural, il a mal considéré les apports des autres branches de la linguistique, telles que la psycholinguistique, la sociolinguistique nécessaire au transfert de l'énoncé littéraire.

Il y a toujours de la théorisation même en plein exercice pratique. Par le simple fait d'identifier un problème traductionnel et d'élaborer ensuite des hypothèses qui mènent à une solution est une preuve que la théorie existe en traduction (Pym, 2010, chap. I, §1). La véritable contribution de la théorie à la pratique est que la première mette ses investigations de terrain (linguistique de terrain) au profit de la pratique, il y a lieu de favoriser la collaboration entre praticiens et théoriciens de sorte que la pratique fournisse du matériel d'analyse**,** lequel représente la réalité de la traduction et que de l'autre côté, le discours théorique qui conceptualise et verbalise la pratique, véhicule des présupposés idéologiques qui soient capables de commenter cette réalité du métier et de contribuer à son développement (cf. Ladmiral, *op.cit.*, p. 215).

2.2 Systèmes linguistiques et le critère d'incommensurabilité

La linguistique, *envisagée traditionnellement comme une science du langage appréhendé à travers la diversité des langues naturelles,* étudie plus précisément la structure des langues en partant des sons (– « les signifiants au plan de l'expression) jusqu'aux sens (les « signifiés » au plan du

[6] Définie par Antoine Berman comme une « dernière-née » des disciplines qui, dans le sillage de l'informatique, de la productique etc., veulent annexer les processus de traduction à leurs systèmes de computation (Berman, 1985, p. 17).

contenu) – et recherche des invariants interlangues ou des « universaux ». Les multiples théories linguistiques générales ont cherché à constituer des modèles d'ensemble de la langue en mettant l'accent sur le volet opératoire ; des modèles onomasiologiques par l'extraction du sens à partir de sons, d'autres théories ont cherché à dégager des caractéristiques communes entre les langues par l'approche comparatiste (cf. Fuchs, 2004, p. 02). Dans une dimension globale, la linguistique – celle de Ferdinand de Saussure particulièrement – abordait l'existence du phénomène linguistique : synchronie et diachronie, l'arbitraire du signe, et le rôle central de la société dans la constitution de la langue, entrait en rapport avec d'autres sciences, mais sa tâche la plus pressante était d'ordonner systématiquement les manifestations variées du langage pour en constituer la science ; les données constatées à travers les phénomènes linguistiques devaient être organisées en propositions logiquement enchainées et formalisées (cf. Amacker, 1975, p. 27).

La langue est un système de signes construit autour de règles. Elle est plus qu'un simple répertoire d'éléments indécomposables et autonomes servant à communiquer, les éléments constitutifs de chaque langue sont conçus pour interagir et se combiner, cette organisation fait d'elle un outil de communication particulièrement puissant permettant de produire un nombre infini de messages différents. Si les signes et les règles linguistiques sont conventionnels, c'est pour mettre en évidence le fait qu'ils fonctionnent comme une norme. Ces lois ne sont pas acquises de façon innée, elles sont apprises et assimilées par l'acquisition du langage (cf. Polguère, 2016, p. 11). Christian Godin décrit par *« système en linguistique »* une partie d'une langue constituée de faits de la phonétique, de la morphologie, de syntaxe, de lexique etc. relié les uns les autres par des rapports qui en déterminent la structure **;** la langue se trouve être en fait un *« système de systèmes enchevêtrés et articulés qui se relaient les uns aux autres et s'interprètent l'un dans l'autre ».* Historiquement, la structure que l'on entend par base sur laquelle on peut bâtir une idée ou un concept a été tantôt identifiée au système et tantôt assimilée à lui. Dans la conception structuraliste, la structure suppose une pluralité d'ensembles qui sont comme des variantes dont elle est la règle de variabilité, elle peut être entendue ici comme un système (cf. Godin, 1997, p. 685). On parle de système phonologique par le biais duquel on étudierait par exemple l'opposition sourd/muet ; d'un système grammatical qui concerne l'ordre des mots, les phénomènes d'accord, la distribution etc**.** ; d'un système de formes temporelles, aspectuels ou modales ; d'un système lexical couvrant l'étude du lexique ; les problématiques découlant de l'ensemble de ces systèmes constituent l'étude scientifique descriptive des langues en elles-mêmes et pour elles-mêmes (Kerbrat-Orecchioni, 2002, §1). Dès lors, on peut parler de traduction interlinguistique, comme on peut parler également de traduction intersystémique, puisque la traduction prise dans la dimension linguistique consiste en un passage d'une langue

à une autre et, en pratique, faire exprimer un contenu d'un système linguistique au moyen d'un autre système linguistique.

La linguistique en tant que discipline suffisamment étoffée a toujours formulé des réserves à la traduction par rapport au retard enregistré sur l'investigation sur ses propres problèmes et notamment ceux touchant aux phénomènes non résolus comme l'intraduisibilité. À propos de la mise en regard de systèmes linguistiques, le philosophe Quine a conclu à travers son expérience sur une langue amérindienne que, si on n'arrive pas à obtenir des informations suffisantes sur certains traits d'une langue donnée comme la catégorisation des expériences, la culture, ou l'échec de reconnaissance du système linguistique et l'identification des liens entre structures dans une seule langue (ou dans deux systèmes opposés), on se retrouverait dans l'impossibilité de comprendre les échanges ou des situations particulières. À défaut, plusieurs hypothèses s'offriraient pour identifier les traits d'une langue méconnue, mais ces hypothèses peuvent toutes évoquer une vérité sur une situation ou une action, ce qui exclurait en l'espèce l'acte de la traduction. À partir de là, Quine a posé sa théorie sur l'indétermination de la traduction laquelle se résume en ce qui suit : *« De même que nous ne pouvons parler sensément de la vérité d'une phrase que dans les termes d'une certaine théorie ou d'un schème conceptuel, de même, en somme nous ne pouvons parler sensément de la synonymie interlinguistique qu'en termes de quelque système particulier d'hypothèses analytiques »* (Quine cité par Eco, 2006, p.46). L'indétermination de la traduction concerne les méthodes d'accès à la signification d'un objet et sa transmission en tant que tel à autrui. Dans une situation de communication, Quine estime que si le locuteur parle de quelque chose, son interlocuteur n'a pas la certitude de cerner toute l'étendue de ce qu'il entend (sémantiquement), autrement dit, il ne pourra pas scruter sa référence de manière complète. L'ethnologue a conclu à travers son expérience chez une tribu amérindienne et particulièrement à travers l'étude du mot *gavagaï* – nom qui pouvait selon lui désigner aussi bien un animal (en l'occurrence le lapin) qu'autre chose selon ses hypothèses – que les mots observés dans les langues méconnues sont difficiles à analyser sur le plan conceptuel et référentiel ce qui rend la traduction impossible si on envisage leur transfert dans une autre langue. Par conséquent, il y aura toujours selon l'auteur un problème d'indétermination de la traduction, c'est-à-dire une impénétrabilité de la référence exacte du mot.

Selon la philosophie de Quine, pour désigner une chose ou un objet, il faut observer le comportement verbal du sujet parlant par rapport à l'objet ou la chose désignée à plusieurs reprises et à chaque fois cela nous rapproche d'une certaine vérité ; Quine ne reconnaît pas d'éléments conventionnels ou quelque palette technique universelle qui puisse aider à déterminer le sens d'un objet ou d'une chose. L'exemple de *gavagaï* nous en rappelle un autre

connu dans le film *« Dances with wolves »* adapté du roman de fiction de Michael Blake. Dans la scène où l'on voit John Dunbar[7] ramener Christine[8], une femme blanche élevée par les Sioux et surnommée *« Dressée avec le point au village »*, une femme sioux aussitôt l'avoir vu s'approcher du village s'enfuit en criant *« wachinka ! wachinka ! » ;* le spectateur qui regarde le film comprend tout naturellement qu'il s'agit d'une alerte au donnée au village sur la présence d'un étranger (en l'occurrence un visage pâle) ; mais la question qu'il devrait se poser, qu'entendait-elle réellement par *wachinka* !? On suppose qu'un interprète ne connaissant pas la langue des Sioux, peut dégager plusieurs hypothèses en analysant d'autres scènes d'énonciation. *« wachinka »* ferait référence à l'homme blanc/visage pâle, ou à l'ennemi l'étranger, à l'étrangeté, au diable, au mauvais esprit, Dieu des ténèbres etc. Bref, des milliers de propositions peuvent être attribuées au mot. Un autre interprète dans une autre langue dresserait le même bilan en se référant à un acquis en termes d'analyse mais sa conceptualisation peut être différente de celle du premier interprète, c'est-à-dire leurs manuels ou inventaires de correspondants au mot *« wachinka »* ne correspondent pas, et cela explique le phénomène d'indétermination.

On comprend alors que l'indétermination de la traduction de Quine est un problème d'opposition de *« façons de contempler le monde* », elle s'impose à la théorie de la traduction de sorte que celle-ci doive l'inclure dans ses problématiques, elle invite le chercheur-traducteur à réfléchir davantage sur l'opposition entre deux langues avant de s'atteler au transfert de texte à texte ; ce qui importe pour le linguiste dans l'optique de la traduction – celui-ci étant avant tout un adepte de l'analyse –, ce sont les rapports intérieurs et extérieurs entre les systèmes linguistiques (Ibid., p. 53).

La problématique de la correspondance ou de la non-correspondance entre les systèmes linguistiques pour la traduction est regardée sous l'angle de l'incommensurabilité ou *« l'incompatibilité ».* Chaque langue relie les différentes formes de contenu aux différentes formes d'expression ; le continuum ou matière de contenu est tout ce qui est donné à la langue en phase pré-linguistique (pensable ou classable), mais les langues qui sont façonnées par les cultures conçoivent différemment le continuum. Cette conception différenciée du monde extérieur vient de l'hypothèse de Sapir-Whorf qui a amené un relativisme linguistique irréductible qui met en cause toute activité de traduction entre langues culturellement éloignées (Jacques, 2015, p. 29). L'hypothèse de Sapir-Whorf a élaborée de la manière suivante :

Edward Sapir, linguiste américain, spécialiste des études amérindiennes a estimé que le culturalisme dans son époque était dominant entre 1920 et l930 ; selon lui « *les sociétés vivent dans des mondes distincts et que le langage guide la réalité sociale ».* Sur le plan interne, Benjamin

[7] Personnage interprété par Kevin Costner.
[8] Rôle joué par Mary McDonnell.

Whorf estime qu'il existe des formes de pensées plus ou moins inconscientes qui se cachent derrière les formes lexicales et grammaticales, qu'il appelle également *« sentiments de forme »*, elles organisent l'expérience différemment selon les langues et les cultures. Edward Sapir a poursuivi le travail de Whorf en réalisant des expériences et en côtoyant une tribu amérindienne Hopi. Il finira par conclure qu'il existe des infrastructures profondes dans chaque langue/langage qui dicte tout ce qui a trait à l'interaction de l'humain avec son environnement comme une sorte de centre de contrôle neurologique et que les différences de découpages sont observables entre l'anglais et le langage hopi sur les niveaux suivants : description, action, mouvement, temps et espace (cf. Jacques, 2015, pp. 33-34). Sous cet angle, la langue pour l'hypothèse de Sapir-Whorf est un instrument de conditionnement de la pensée avant même d'être l'instrument de son expression (cf. Pothier, 2011, p. 119).

Pour exemplifier cela, l'art poétique arabe repose sur un pouvoir descriptif et particulièrement sur la visualisation puis l'abstraction des caractéristiques communes entre phénomènes extérieurs pouvant être des animaux, des choses naturelles, objets divers ; l'abstraction est inconsciente, instantanée, elle est influencée par la vision des phénomènes extérieurs dont le poète se sert pour leur attribuer des idées mentales. C'est de cette manière (et entre autres) que les poètes jāhilites procèdaient pour façonner, selon les circonstances, leur art oratoire. (El Hawi, 1959, pp. 7-8), Zuhayr ibn Abī Sulmá en décrivant la mort qui est une idée abstraite dit ceci :

رأيت المنايا خبط عشواء من تصبه تمته ****** ومن تخطئ يعمر فيهرم[9]

Traduction de jacques Berque :

J'ai vu la calamité frapper au hasard : elle te couche et tu péris.

Elle te manque, et tu deviens âgé, caduc.

Une autre traduction proposée par Pierre Larcher :

J'ai vu le malheur frapper en aveugle : il tue qui il touche ;

Qui il manque, vit longtemps décrépit.

Le poète Zuhayr ibn Abī Sulmá compare la mort à une chamelle aveugle galopant à vive allure dans tous les sens**,** tuant toute âme qui se dresse devant elle, il enveloppe son idée dans une dimension matérielle pour la rendre plus perceptible ; le système métaphorique est construit autour de la chamelle un des principaux symboles de vie du Sahara et un élément culturel incontournable. Cet exemple sur le pouvoir descriptif inhérent à la langue arabe constitue une problématique pour la traduction sur un principe linguistique, ces intuitions fortuites qui

9 Translittération : ra'aytu-l-manāyā ḫatba 'ašuā' mantusibhu tumithu waman tuḫti' yu'ammaru fayahrami.

nourrissent le génie linguistique auxquelles on rajoute le facteur culturel et les conditions spatiotemporelles et la vision du monde font que deux langues sont considérées comme deux systèmes de contenu séparés, naturellement inaccessibles étant donné que les divergences de surface rendent impossible leur correspondance « idéale », un concept peut revêtir une notion précise qu'on ne peut trouver totalement dans d'autres langues.

2.3 Incommensurabilité et visions du monde

2.3.1 Sur l'incommensurabilité

Il se dit de quelque chose d'incommensurable, quelque chose qui n'a pas de commune mesure avec une autre forme, la diagonale du carré est incommensurable avec le côté ; les intérêts matériels sont incommensurables avec les obligations morales (cf. Lalande, 1988, p. 484). En linguistique structurale, on parle d'*« incommensurabilité entre les systèmes linguistiques »* étant donné que c'est le texte dans sa forme (en tant qu'ensemble clos de données) qui est pris comme instrument d'analyse linguistique dont le modèle explicatif devrait pouvoir rendre compte d'une manière exhaustive en ce qui concerne tant la structuration du signifiant que celle du signifié. Les intentions du sujet parlant et les conditions d'énonciation sont mises de côté ou laissées à la charge des disciplines connexes telles que : la sociologie, la psychosociologie, la psychanalyse, l'anthropologie…. C'est dans ces champs-là que la traduction a fait l'objet de critiques par les linguistes quant à son occurrence, parce qu'on ne peut pas tout transférer d'une langue à l'autre ; le structuralisme linguistique considère le sens comme pur effet de la structure, le signe est placé au cœur des constructions théoriques dans une perspective explicitement non substantialiste, le sens provient donc d'un bloc de formes ou de structures mises en jeu et le signe se reconnaît ou acquiert sa valeur sémantique par rapport aux autres signes qui sont placés à côté de lui, *la langue est une forme et non une substance, il résulte de cet axiome une certaine incommensurabilité entre les langues et le structuralisme est en ce sens un relativisme linguistique qui ne reconnaît pas les universaux linguistiques* (Encyclopaedia Universalis, 2015).

Dans le même contexte, Paul Ricoeur qualifie le concept développé par Antoine Berman « l'épreuve » de traduction en estimant que c'est un pari, que ladite épreuve concerne l'existence de « plage de mots intraduisibles » parsemés ici et là dans le texte et qui font de la traduction un drame**.** Ce pari est difficile à tenir parce que la tâche du traducteur réside dans le fait de mettre en accord deux instances : l'œuvre en tant *qu'« instance étrangère »* et le lecteur en tant qu'« *instance réceptrice* ». La force du qualificatif médiateur attribué souvent au traducteur dans le sillage de l'interculturalité se reflète dans les pertes qu'il assume légitimement en transposant un message d'une langue à une autre. Cependant, il convient de mettre en lumière les

circonstances de ces pertes (Ricœur, 2004, pp. 8, 9 et 11). Les difficultés de l'acte de traduire se situent aux niveaux de la résistance de deux pôles de la traduction :

1. Une sacralisation des langues, à leurs frilosités identitaires et à l'ethnocentrisme linguistique ;

2. Il y avait tout au long de l'histoire, en Europe à la fin du Moyen Âge et au début de la Renaissance une réticence à tout ce qui est étranger à cause de l'hégémonie culturelle du latin, la matière à traduire avait présenté des présomptions d'intraduisible : le texte étranger se dressait comme une masse inerte de résistance à la traduction ;

3. La diversité des langues se présente comme un complexe d'hétérogénéité qui offre une intraduisiblité sporadique : en ce sens, la traduction philosophique, par exemple, révèle des difficultés intraitables dans la mesure où elle surgit au plan même du découpage des champs sémantiques lesquels ne peuvent pas être superposés d'une langue à une autre, les syntaxes ne sont pas équivalentes, les tournures de phrases ne véhiculent pas les mêmes héritages culturels (Ibid., pp. 10-13).

Par ailleurs, l'incompatibilité entre les systèmes linguistiques, remonterait à l'enchevêtrement des visions du monde :

> La traduction a souvent été placée sous le signe de paradoxe philosophique. Si on limite les langues comme systèmes qui ne peuvent pas se rencontrer, comme des systèmes formels de signes et si toute production langagière est imprégnée d'une conception du monde propre à une communauté aussi par la sensibilité des individus (du groupe social) qui la réalisent, il résulterait beaucoup de divergences avec d'autres langues et l'on conclurait donc que la traduction serait impossible (De Carlo, 2016, p. 67).

Postuler que la langue est nourrie par des visions du/sur le monde est une réalité connue de tout le monde, la notion nous vient du romantisme allemand avec Von Humboldt qui a développé l'idée qu'à chaque langue correspond une vision du monde : il voit les langues comme des grilles recouvrant la réalité extralinguistique (Delbecque, 2006, p.164 p.185). Cette configuration et l'étude scientifique de l'activité traduisante ont pris en considération les facteurs relatifs à *« des perceptions particulières »* d'une langue donnée sur le monde qui caractérisent les manifestations linguistiques. En quoi les visions du/sur le monde influenceraient-elles la pratique de la traduction ? D'abord, il importe de clarifier la question à l'échelle monolingue.

Une vision du monde fait allusion, quel que soit le contexte (parce qu'elle est intemporelle), à une représentation du monde par un individu ou un groupe et ses manifestations sont vastes et complexes en communication. Enracinée dans les problématiques anthropologiques et linguistiques, une vision du/sur le monde est multiforme, on peut la situer principalement dans deux dimensions : anthropologique et linguistique.

La dimension anthropologique part de l'étude sur l'homme et de son influence sur l'environnement et s'étend aux études portant sur la physiologie comparée, la caractérisation de l'espèce humaine, les théories racialistes, le naturalisme, l'idéologie etc. ; toutes les idées que l'homme européen a rassemblées et analysées sur l'Autre individu *« sauvage »* ou *« barbare »* qu'il a rencontré à travers les voyages scientifiques et qui ont suivi l'expansionnisme européen après la Renaissance. Le projet anthropologique de Wilhem Von Humboldt est nourri d'expériences, de mémoires et de réflexions notamment en France qu'il considère comme l'antre des nouvelles idées révolutionnaires de l'Europe.[10] En tant que théoricien de culture, Wilhem Von Humboldt s'est attelé à l'analyse du comportement de l'individu**,** à travers l'étude du caractère qui se rapporte exclusivement aux mœurs et aux dispositions d'esprit d'un homme ; on le considère comme un critère fondamental pour juger de sa moralité d'où l'intérêt pour la caractérisation de l'espèce humaine laquelle met en évidence les valeurs intrinsèques de l'homme comme un sujet scientifique doté d'une force dynamique singulière. La notion du caractère est tout aussi importante parce qu'elle puise dans la mémoire culturelle déjà chargée de traits caractérisants pour désigner le *« physique »* et *« l'intellect »* et fait qu'un individu est unique en son genre (cf. Chabrolle-Cerettini, 2007, p. 30) ; l'approche linguistique, quant à elle se caractérise par l'étude de langue dans une logique pragmatique, elle constitue l'aboutissement d'une pensée questionnant l'homme qui va évoluer vers une étude du langage (ibid., pp. 9,10 et 15).

Pour Wilhelm Von Humboldt et ses disciples, la langue découle de la pensée qui impose au système linguistique un ensemble de distinctions et de valeurs. *« Tout système linguistique renferme une analyse du monde extérieur qui lui est propre et qui diffère de celle d'autres langues ou d'autres étapes de la même langue »* (Ullmann, 1952, p.300 cité par Mounin, 1963, p. 43), une musique particulière donnant lieu à une conceptualisation différente parce que la langue se développe dans un contexte biophysique précis (Coutlée, 2005, p. 47)**.** Le système linguistique est un bloc composé de deux étages : le premier est pour l'expérience qui renferme nos interactions avec le monde, le deuxième concerne les jugements que nous attribuons à ces interactions comme le ressenti, l'interprétation de l'univers :

[10] Humboldt a plusieurs fois séjournée à Paris en quête de compréhension des phénomènes de société à son époque où il rassemble certaines observations clés sur les conséquences de la Révolution française sur la transformation de la carte européenne, en particulier celles relatives à la question de l'état, la nation, l'épanouissement politique et culturel. Sur le rapport homme-espace, il explique que l'esprit humain se caractérise par deux grandes qualités : a) sa « réceptivité » lui permet de s'enrichir des apports physiques et idéologiques de son espace et ; b) sa « spontanéité » lui permet de distinguer toutes les créations et transformations du milieu. Ainsi, l'homme du fait de ses qualités, est le principal facteur d'influence sur le futur de sa communauté et de son peuple auxquels il appartient, son influence à travers le temps est analysable en termes de progrès (Chabrolle-Cerettini, 2007, pp. 22, 25 et 27).

> Une langue crée une image de la réalité objective, complète, laquelle se suffit à elle-même, elle structure la réalité à sa propre façon et établit les éléments de la réalité qui sont particuliers à cette langue et la réalité n'est pas la même pour certaines choses ou certains objets d'une langue à une autre (Trier, 1934, pp .428 et 449 in Mounin, 1963, p.44).

D'un point de vue similaire mais moins explicite, Louis Hjelmslev estime que les différences substantielles entre les langues sont démontrées par l'anthropologie sociale ; pour arriver à comprendre les aspirations de chaque société par rapport à certains phénomènes du monde, il faut envisager une description de cette *« substance »* avec un rapprochement des langues-cultures pour vérifier si l'aspect physique d'une chose peut revêtir les mêmes descriptions sémantiques dans une autre civilisation, la perception des animaux en est un parfait exemple ; l'éléphant est considéré différemment par un hindou ou par un Africain qui l'utilise et le cultive. En Occident, l'éléphant, s'il est exposé dans un jardin d'acclimatation ou dans un cirque, suscite la curiosité ; le chien est pour la société occidentale un animal de compagnie tandis qu'il est réprouvé chez certaines tribus indiennes (Hjelmslev, 1954, pp.175-176, cité in ibid., p.46). De ce fait, on peut déduire que le symbolisme est construit autour de ces différences qui alimentent la culture et qui influent sur la langue en général.

Edward Sapir réunit dans ce qu'il appelle *traits spécifiques de civilisation* tous les éléments matériels et spirituels constitutifs du groupe social et dans une large mesure, la société. L'important pour lui était de savoir de quelle manière ces éléments sont repris par la langue qui représente le reflet du milieu physique et social et qui guide les réalités sociale et objective ; le monde objectif est ce qu'il est, il renferme les idéaux et la perfection et à travers la culture et la langue nous avons un autre regard sur ce monde. En d'autres termes, le monde réel est fondé inconsciemment sur les habitudes linguistiques du groupe et il est permis selon Sapir de parler de réalités sociales différentes car les mondes dans lesquels vivent les différentes sociétés sont distincts (cf. Clément, 2014, pp. 6 et 7).

Benjamin Whorf de son côté a appuyé l'opinion de Sapir à propos de notre interaction avec le monde en la rendant plus restreinte ; le monde objectif échappe à la conscience humaine, *« il se dilue dans un flux kaléidoscopique d'impressions qui doit être organisé par nos esprits »* (Whorf in Schaff, 1969, p.76 cité in : ibid., p. 8). Toutes nos interactions passent inconsciemment par un monde subjectif que nous-mêmes créons par notre connaissance et la formulation de nos idées à travers le schéma linguistique : *« Nous connaissons le monde uniquement par la langue maternelle qui nous impose ses propres conditions. Le monde n'est saisi que selon une conviction qui est "implicite" et n'est pas spécifiée mais ses décrets sont en vigueur d'une manière absolue »* (ibid.) La nature intraduisible des langues viendrait donc de cette configuration.

L'hypothèse de Sapir-Whorf sur la non correspondance des langues a été construite autour du substrat ethnologique qui marque le caractère non superposable des différents découpages sur lesquels reposent les systèmes linguistiques : a) le découpage phonétique et articulatoire relatif aux voyelles et consonnes; b) le découpage conceptuel relatif aux systèmes lexicaux (dictionnaires, encyclopédies etc.) ; c) le découpage syntaxique renvoyant à l'organisation grammaticale : le mot français « bois » regroupe aussi bien le matériau ligneux que la forêt, une configuration qu'on ne trouve pas forcément dans une langue dans laquelle deux significations se retrouveraient disjointes et regroupées dans deux systèmes sémantiques différents. Au niveau grammatical, les langues diffèrent également notamment sur les systèmes verbaux (présent, passé, futur) ; il existe des langues qui préfèrent exprimer le caractère accompli ou inaccompli des actions au lieu de marquer le temps par la position, d'autres langues sont dépourvues de temps verbaux (le vietnamien) qui utilisent des adverbes temporels comme *« hier »*, *« demain »* etc**.** comme indice de marque temporelle (cf. Ricœur, 2004, p. 28).

Benjamin Whorf et Edward Sapir estiment que tous les observateurs ne sont pas amenés à tirer d'une même évidence physique la même image de l'univers à moins que l'arrière-plan linguistique de leur pensée ne soit similaire ou ne puisse être rendu similaire d'une manière ou d'une autre. Il est donc tout à fait vraisemblable que le langage se présente avant tout comme une sorte de classification et une réorganisation opérée sur le flux ininterrompu de l'expérience sensible (c'est-à-dire forgé par nos sens et l'expérience quotidienne), classification et réorganisation qui prescrivent une ordonnance particulière du monde. En prenant exemple sur la métaphore en tant qu'une vision « particulière » sur le monde, les langues sont structurées différemment les unes des autres, dans chaque langue sont ordonnées culturellement les formes et les catégories à travers lesquelles l'individu non seulement communique, mais aussi analyse la nature en relevant des points divers et aux travers desquels il étale sa façon de penser et par lesquels il construit l'édifice de sa connaissance du monde (cf. Whorf, 1958, pp, cité par Mounin 1963, pp. 46-47 et cf. Delpla, 2001, p. 23). Whorf considère également qu'il existe dans les structures de la pensée certaines différences profondes qui séparent la culture occidentale et les langues amérindiennes ; ces différences s'articulent, selon lui, autour de l'infrastructure économico-sociale des populations, de la pensée elle-même ou au niveau de la langue qui informe la pensée (Whorf cité in ibid., p. 60).

Benveniste et André Martinet soulignent l'importance des constituants qui se cachent derrière la manifestation verbale d'une langue donnée. Pour Benveniste, la distribution des catégories linguistiques est induite par les catégories mentales et les lois de la pensée. André Martinet constate que la structure linguistique qu'on nous a inculquée dans notre entourage est

essentiellement responsable de la façon dont on organise notre conception du monde (Benveniste, 1954, p.133 et A. Martinet 1950, p.100, cités in ibid., pp.49-50).

Pour le philosophe Allemand Dilthey, l'étude de la vision du monde permet de comprendre les déchiffrements humains du réel et de percer le mystère des sociétés. Dans son introduction à l'étude des sciences humaines et plus précisément dans la littérature, il introduit le concept de vision du monde comme le lieu dialectique où se rencontrent le génie de l'individu et l'esprit du peuple, la vision du monde dans une langue est propre à l'individu, elle se fabrique grâce à un vécu et constitue donc son trait psychologique (cf. Heyndels, 1977, pp. 133-134).

La vision du monde peut être également associée à la perception mais surtout à notre expérience dans la mesure où les divers choix et décisions que nous prenons dans la vie quotidienne, proviennent de nos propres habitudes langagières héritées d'une ou plusieurs expériences de notre environnement direct. Le déroulement de la vision du monde peut être décrit à travers trois filtres :

1. Le filtre neurologique fait convoquer le monde dans notre cerveau tel qu'il est et le soumet à diverses analyses ;

2. Par filtre culturel nous nous renvoyons aux mythes, aux croyances que nous héritons de notre espace social ;

3. Le filtre personnel constitue une dimension restreinte, privée ou individualisée du concept, il constitue la manière dont notre éducation nous a permis de vivre nos expériences particulières, différemment des autres (cf. Hourst, 2011, p. 100).

Les différences entre les perceptions, visions, ou même expériences du/sur le monde sont expliquées à travers les travaux de Harris sur l'aspect structural du langage. En effet, les langues expriment par des structures linguistiques différentes un même fait physique invariable. Il y a ce qu'il appelle des *« expressions émanant d'expériences objectives »* dans plusieurs activités de l'homme qui méritent d'être analysées et comparées avec d'autres expressions dans d'autres langues. Par exemple, lorsqu'on dit en français qu'un homme traverse la rivière à la nage, il découle de cette constatation une expérience objective réunissant un agent, un objet, une structure modale ; l'expression en français prend comme équivalent en anglais *« He swam accros the river »* ; le découpage de l'expérience objectiv**e,** comme l'explique Harris, révèle que la différence entre les deux phrases se situe au niveau de l'expression verbale *« traverser à la nage »* et *« to swim accros »*. Le verbe français se focalise sur le mode opératoire du déplacement dans l'espace (traverser, monter, descendre, longer, contourner, suivre etc.**)** tandis que le verbe anglais décrit plutôt une technicité du mouvement de l'homme émanant de l'aspect moteur de l'exécution. La phrase en français fait voir l'expérience comme modalité de l'action de traverser (à la nage et non pas à gué, à cheval, ou d'un bond). En anglais l'expérience est une

action pleine. Si les deux visions sont confrontées, l'expression *« traverser à la nage »* n'est pour lui qu'un aspect secondaire (across, along, around, etc.) de l'opération to swim qui est pleine (Mounin, 1963, p. 54).

À la lumière de ce qui précède, Georges Mounin s'est interrogé sur la faisabilité réelle de l'acte de traduire : si on soumet, de fait, l'activité traduisante au parallélisme linguistique ça donne des structures qui ne *« collent pas »*, des incidences qu'on peut rajouter aux interférences linguistiques. Lorsqu'on approfondit encore plus l'examen, on trouve que dans une seule langue on voit que pour la réalité (qui ne change pas) nous obtenons des perceptions différentes : *« Est-il donc vrai, finalement que, quand nous parlons du monde dans deux langues différentes, nous ne parlons jamais tout à fait du même monde, et que par conséquent, la traduction n'est pas légitime de l'une à l'autre, mais n'est matériellement pas possible scientifiquement parlant ?»* (Mounin, 1963, p. 51). À la lumière de l'exemple de Harris, il estime que les langues ne correspondent pas totalement sur le plan de l'expérience objective et puisque la linguistique exige beaucoup de pertinence formelle à la traduction, faut-il condamner la traduction ?

Si l'examen des structures linguistiques mène à croire que chaque langue découpe dans le même réel des aspects différents et que c'est la langue qui organise notre vision du monde, c'est parce que les cultures sont profondément différentes une fois analysées et quand l'anthropologie culturelle et l'ethnologie révèlent ces différences on voit pourquoi les structures linguistiques sont différemment exprimées.

Pour Eugène Nida, les problèmes de traduction relèvent beaucoup plus d'un passage d'un monde ethnographique à un autre, c'est-à-dire qu'il existe plusieurs façons de nommer la réalité sous contrainte spatiale, territoriale et culturelle. Il répertorie ces problèmes d'origines ethnographiques en cinq catégories à savoir, des problèmes écologiques, culturels, sociaux, religieux et linguistiques (cf. Nida, 1945, cité par Mounin, 1963, pp, 61-62-63). Par problème écologique, il s'interroge sur la démarche à suivre pour traduire en culture maya – habituée au climat tropical – la notion des quatre saisons bien séparées telles que nous les vivons dans nos conditions, c'est à dire avec prise en considération des températures, précipitations etc.

Quel est le processus traductionnel adéquat qui nous permettrait de traduire efficacement un nom de relief ou le relief lui-même pour une entité chez laquelle il n'existe pas (une montagne pour une peuplade du Yucatan au Mexique ? comment traduire rivière ou un lac pour d'autres peuplades qui n'ont aucune expérience de ces réalités ? (Ibid.). Ici nous rajoutons une hypothèse de notre part : dans une étude des fêtes, comment traduire une *Waâda* (fête saisonnière en Algérie et au Maroc ayant d'autres appellations selon les régions) avec tout ce qu'elle représente culturellement pour une autre entité en Occident habituée à célébrer par exemple le *Mardi gras* ? La moindre chose que l'on puisse dire, c'est qu'il nous faudrait tout un livre pour

expliquer en détails l'origine de ces fêtes, leur défoulement collectif, l'ancrage religieux et les autres dimensions culturelles, sociales, ethnographiques etc. Cela renvoie à ce qu'on appelle des champs conceptuels émanant de la pensée, opposables aux champs lexicaux qui recouvrent ces champs conceptuels par deux correspondances.

La formulation du lexique découle du fait qu'il existe dans la pensée des champs conceptuels, des espèces de mosaïques de notions associées, recouvrant un domaine bien délimité que l'expérience humaine isole et constitue en unité conceptuelle, la totalité du lexique d'une langue est constitué par l'articulation (ou d'une construction progressive) de tous les champs lexicaux restreints lesquels s'insèrent ensuite dans les champs lexicaux de phrases plus généraux (ibid., p. 75).

Un mot en lui-même est une association de deux unités minimales, l'une conceptuelle, l'autre lexicale et cela donne un champ lexical restreint. Le champ lexical plus élargi est créé quand le champ lexical restreint est recouvert d'une ou de plusieurs significations nouvelles qui s'ajoutent à sa signification initiale ou originelle. On obtient ces nouvelles significations de manière parfois instinctive parce qu'un changement se sera opéré dans la conception. Le mot maison constitue le terme générique d'un lieu d'habitation, mais cabanon, villa, gratte-ciel, bicoque, gourbi, manoir, château, igloo, wigwam constituent un filet linguistique : *« l'introduction de chacun de ces termes ajoute une maille au filet linguistique qui recouvre toujours peu après la même surface conceptuelle. »* (Ibid., p.73). La notion de champ sémantique est aussi une problématique dans la théorie de la traduction. Les démonstrations de l'émergence du sens par les notions *« visions du monde et civilisation »* conforte la position des linguistes sur la question d'intraduisiblité au sens le plus clair du terme :

> Tout système linguistique renferme une analyse du monde extérieur qui lui est propre et qui diffère de celle d'autres langues ou d'autres étapes de la même langue […] quand nous parlons du même monde dans deux langues différentes, nous ne parlons jamais du même monde d'où l'impossibilité théorique de passer d'une langue à une autre, quand ce passage linguistique postule un autre passage – en fait inexistant – d'un monde de l'expérience, à une autre forme d'expérience du monde à un autre (Mounin, 1963, pp. 73-74).

Pour élargir un peu plus ce problème relatif à la difficulté de l'acte de traduire à cause du problème de la non-correspondance entre systèmes structuraux entre les langues, l'étude de certains mots tirés de conditions climatiques particulières est édifiante. En effet, l'influence du climat sur le comportement des peuples conduit ces derniers à créer des dénominations particulières pour chaque évènement climatique (Pluie torrentielle, neige en abondance, vents, tempêtes etc.). À cet égard, Umberto Eco explique par exemple que son dialecte natal possède une expression *Scarnebié*, pour indiquer un phénomène atmosphérique qui n'est pas tout à fait

similaire au brouillard ou au givre, qui ne renvoie pas à la pluie, mais il s'agit plutôt d'un crachin épais, qui rend la vision opaque et cingle le visage (cf. Eco, 2006, p. 49).

C'est assez surprenant qu'il n'y ait pas de « *traduction* » ou *« appellation »* qui puissent reproduire l'effet ressenti par un habitant de la région d'Umberto Eco, ce dernier conclut que si même en italien on ne fournit pas de traduction à *Scarnebié,* qu'en serait-il avec d'autres

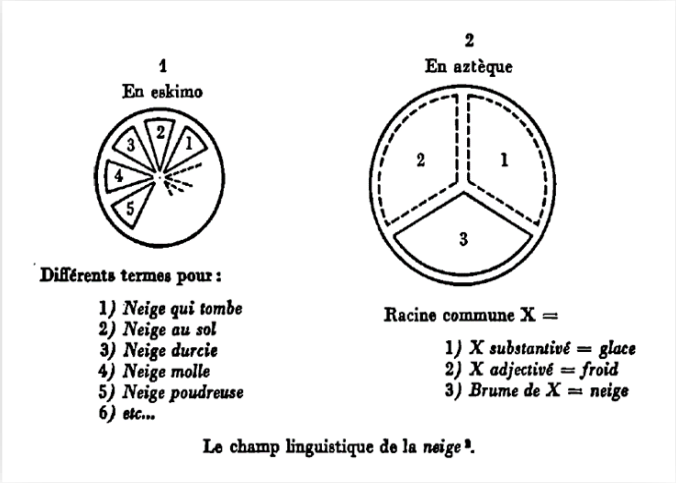


Figure 1 Schéma sémantique de Georges Mounin

langues dans lesquelles on trouve d'autres conceptions pour les dénominations climatiques ?

Georges Mounin explique à travers le schéma ci-dessous que les Eskimos ont plusieurs façons de nommer la neige, les petites portions constituent l'étape intermédiaire entre l'expression linguistique et la perception du monde extérieur. On remarque également que chez les Aztèques, les portions de définitions sont peu nombreuses, logiquement à cause des différences des conditions atmosphériques, donc moins de contact avec le phénomène « neige » et moins « d'innovation » linguistique. Le filet linguistique qui recouvre le mot neige chez les Eskimos est plus bien rigoureux, car ces derniers ont des expériences rapprochées avec le phénomène**,** ce qui leur permet d'enrichir leur lexique à travers plusieurs dénominations par la modification de la couche superficielle du mot neige. Ce processus d'enrichissement lexical relatif aux phénomènes extérieurs dans chaque peuple, comparé à d'autres est un argument de poids pour les linguistes structuralistes qui affirment qu'il est impossible qu'il y ait une coïncidence exacte entre deux champs sémantiques dans deux langues à cause des visions du monde (cf. Mounin, 1963, pp. 78-79).

Un autre exemple : les dénominations des vents à travers le monde se basent sur des critères spatio-temporels (C'est ce qu'on suppose du moins à vrai dire). Le nom du mistral vient du provençal par altération de « *maestral »* ou « *mestral »*, maître qui domine les autres (cf. De

Coston, 1867, p. 305) ; On le nomme *Mistral* parce que c'est le plus puissant et celui qui va le plus loin, il a façonné le paysage, déterminé les formes de l'agriculture et réglé la navigation, inspiré les poètes et les écrivains, c'est le prince des vents (Honorin Victoire cité par Monier, 2001).

Les dénominations de vents de sable varient considérablement à travers le monde et il est difficile d'expliquer l'étape intermédiaire qui sépare le processus de création onomasiologique et le résultat sémasiologique dans ce type de dénomination. Les noms attribués par les habitants aux tempêtes, aux vents de sable, aux pluies, aux cours d'eau qui caractérisant les conditions atmosphériques des régions, sont à étudier au niveau du background culturel. Il est difficile par exemple de savoir dans quelles circonstances exactes les *willi-willies* et les *dust-devils*, (des tempêtes de sables énormes qui se lèvent régulièrement aux États-Unis et en Australie), ont été nommés ainsi. L'étude étymologique des vents de sable nous a permis de relever que dans la zone MENA[11] on dénombre plusieurs dénominations que nous avons classées selon l'intensité, la saison, la région, et selon l'appellation de la plus particulière à la plus répandue :

Nom	Translittération	Caractéristique et origines d'appellation	Espace géographique
ترابة	*Trâba*	Un vent de sable chargé de poussière de terre poussiéreuse	Irak
سافي	*Sâfi*	Se levant particulièrement au sud du pays, l'origine de son appellation découle de la manière dont les rafales chaudes chargées de terre poussiéreuse frappent fort la région.[12]	Arabie Saoudite
شعوف	*Šou'f*	Pluriel de شعف, relatif aux tourbillons fréquents dans les grands espaces désertiques en Arabie Saoudite. Étant fortement chargés de poussière, ils varient selon l'intensité. On considère l'expression arabe شعفة الجبل *ša'fat-el-ĝabel* qui signifie le point culminant d'un relief comme racine créatrice du nom qui fait du point du soulèvement de ces tourbillons la principale caractéristique du nom.	Arabie Saoudite
طوز، عافور	Tôz, âfûr	Il s'est formé par transformation du mot turc *tuz* qui signifie « sel fin », attestant de ce fait l'héritage lexical laissé par les Ottomans. *Toz* au départ couvrait les	Égypte, Soudan, et la majorité des pays du Golf

[11] En anglais : « Middle East & North Africa », son équivalent en français : MOAN « Moyen Orient et Afrique du Nord ».
[12] À noter que le mot *Sâfi* avec intonation plus légère est connu également à l'ouest de l'Algérie et au Maroc pour signifier plutôt un courant d'air frais, le verbe en arabe سفّ *saffa* peut être considéré comme une racine créatrice du nom car il renvoie à l'action du vent qui se charge de poussière.

		pigments avant d'être adopté, au moyen d'un glissement sémantique, par certaines communautés arabes pour caractériser un des vents qui déploie des quantités importantes de particules de poussière très fines comme de l'ocre rouge. Dans le même contexte, le mot عافور ʻâfûr avec ses variations عفار *ʻufâr* en Égypte et عفرة *ʻafra* en Palestine est un vent de sable d'où le nom est associé à l'énorme quantité de poussière qu'il transporte.	
العجاج، الغبار، غمة	*elʻĝâĝ, al-, ġûmma*	Deux termes pouvant être considérés comme synonymes ; ils sont connus dans tous les pays arabes, de la péninsule à l'Afrique du Nord avec des appellations qui varient selon les régions notamment au Bahrein, au Koweït et au Qatar où il se prononce عياي *elʻyây.* *Ġûbâr* tout comme *elʻĝâĝ* est connu dans tous les pays arabes avec quelques variations : *ġbâr* aux pays du Golf, *ġûbbar* en Algérie, *ġûbra* au Maroc et *ġabra* en Mauritanie. *Elʻĝâĝ* et *al-ġûbâr* sont tous deux des vents de sables typiques qui se caractérisent par des rafales chaudes et provoquent un temps renfermé, une atmosphère rougeâtre et un affreux déploiement de particules poussiéreuses ; de cette atmosphère se dégage un autre terme connu aux pays du Golf غمة *ġûmma* qui connote chez les arabes une sensation désagréable.	Majorité de l'espace arabe
القتام	*Al-kitâm*	Attribué à un vent de sable très violent qui provoque une obscurité quasi-totale, le mot *kitâm* renvoie à une couleur rougeâtre foncée qui tend vers la noirceur.	Koweït, Arabie Saoudite
كدرة	*Kûdra*	Connu des campagnards, c'est un vent de sable chargé de particules noirâtres qui provoque une atmosphère suffocante, sale, à cause de l'intensité des particules	Arabie Saoudite
نجلا	*Neĝla*	Vent de sable à forte concentration de poussière se levant particulièrement à l'est du pays, son appellation est tirée de l'action de labourer la terre, le vent, à travers la force de ses rafales, soulève des quantités de poussières fines et les déplace d'un lieu à un autre.	Arabie Saoudite

Tableau 1 Variations appellatives des noms de vents en zone MENA

Comment traduire tous ces noms de vents de sable en prenant en compte toutes leurs spécificités ? Une traduction authentique – ou radicale au sens de Quine – doit satisfaire les critères de correspondance entre toutes les structures du langage et leurs valeurs sémantiques

respectives. Ici, la correspondance entre *willy willy* et *neĝla* est impossible sur le plan authentique, on ne peut pas atteindre cet idéalisme tant convoité, car les processus mis en jeu pour la création des mot *willy willy* et *neĝla* ne sont pas les mêmes et pour cet exemple précis, l'argument de l'indétermination de la traduction reste posé puisque l'association |*willy willy*| + |tempête|+ |valeurs affectives qui soulignent l'unicité du mot| n'ont pas de correspondance avec |*neĝla*| + |tempête| + |autres valeurs associées|. Pour traduire les deux, il nous faut donc remonter à la surface générique et recourir à un dénominatif commun qui réunit les caractéristiques partagées par ces mots, ce dénominatif étant |vent de sable|.

2.3.2 Intraduisibilité et Objection préjudicielle

Traduire c'est permettre à un lecteur de lire un texte qui a originellement été écrit dans une langue autre que la sienne. Le problème d'objection préjudicielle est une situation dans laquelle le texte traduit n'est pas le reflet du texte original ni différent de lui ; c'est un texte neutre dans sa conception qui résulte du problème de métalangue où le signifié ne représente que lui-même. L'objection préjudicielle ne renvoie pas seulement aux difficultés réelles de la traduction, elle est un contrecoup d'une attitude intellectuelle bien ancrée dans un champ idéologique (cf. Galaud, 2001, p. 107). Autrement dit, les éventuels écarts de style, d'excès de liberté ou de littéralité qui sont relevés dans un texte ne sont pas plus préjudiciables aux yeux d'un critique que ceux par rapport aux propriétés intrinsèques du texte source et les caractéristiques qui font de lui une œuvre et partant de là, le travail du traducteur n'obtient pas la considération méritée, son travail est qualifié comme étant loin de l'essence de l'original.

Jean Delisle dans une compilation de *notions d'histoire de la traduction* rapporte que l'objection préjudicielle signifie tout simplement : impossibilité de traduction théorique ou pratique ; *avant même de commencer à traduire ou à théoriser la traduction, on préjuge de son impossibilité* (Delisle, 2021, pp. 248-249). *Historiquement, c'est surtout au sujet de la traduction poétique qu'on a soulevé cette problématique, parce que la poésie fait une utilisation poussée des 'ressources formelles' d'une langue, elle en est une subtile mise en harmonie* (Ibid.,). Pour Jean-René Ladmiral qui a repris cette notion parue pour la première fois grâce à Georges Mounin en 1955 – les notions « traducteur » et « traduction » avaient fait autrefois l'objet de plusieurs débats entre théoriciens, philosophes, essayistes, penseurs, et praticiens, la traduction est un phénomène de transfert intersystémique qui a toujours été confronté aux traditions intellectuelles touchant à l'impossibilité de traduire la littérature pratique séculaire ; le principe d'objection préjudicielle trouve donc son origine dans le débat opposant les partisans de l'impossibilité de traduire et les praticiens chevronnés, ce même débat s'inscrit dans la dichotomie *traduisible vs intraduisible.* Pour Ladmiral, il y a une certaine sacralisation de l'œuvre laquelle est jugée intouchable,

intransférable : *« la théorie de la traductologie a toujours été alimentée de ce type d'oppositions qui reproduisent une structure fondamentalement antinomique qui détermine la matière de la traduction »* (Ladmiral, 1994, pp. 89-90).

Jean-René Ladmiral décrit l'objection préjudicielle comme un carcan philosophique et expose trois arguments contre la traduction : a) *les arguments polémiques* font état de mauvaises qualités des traductions en particulier dans les sphères universitaires où l'on reproche aux traducteurs de s'être livrés à une pratique qui altère le texte étranger et son concept sans la moindre prudence et sans apprécier au préalable son poids sémantique ; b) *les arguments historiques* sont liés à l'historicité des traductions des œuvres qui profanent l'œuvre littéraire et dans ce sens, la traduction est considérée comme une atteinte à la sacralité de l'œuvre ; à ce sujet, Charles Péguy poète et essayiste français écrit que :

> rien ne se fait parfaitement, rien ne se recommence, s'il est question d'une remise d'une œuvre au goût du jour, rien ne se reproduit exactement, rien d'ancien n'est en même temps nouveau, rien de nouveau n'est en même temps ancien de tout à tout, il subsiste éternellement des distances irrémissibles et c'est pour cela que toute opération de traduction est essentiellement, irrévocablement, irrémissiblement, une opération miséreuse, une opération misérable et vaine, une opération condamnée (Péguy, 1905, p.45, cité par Delisle, 2021).

c) *les arguments théoriques* qui touchent le fond du texte à traduire, comme on l'a vu avec la problématique des visions du monde : *« Il y a de l'intraduisible dans le langage ou plutôt : dans les langues, dans « chaque langue », il y a un résidu d'intraduisibilité dont aucun auteur, bon ou mauvais ne pourra triompher »* (Ladmiral, 1994, p. 96).

Par ailleurs, on peut réunir la question de la vision du monde, l'intraduisibilité, l'objection préjudicielle, le solipsisme linguistique et l'ethnocentrisme linguistico-culturel à l'égard de la traduction [13] en une seule problématique qui réfute carrément la traduction. Cependant, contrairement à la littérature et surtout à la poésie, l'objection préjudicielle n'est pas rencontrée dans les textes scientifiques comme le constate le linguiste : *« …Mais il est tout à fait possible et légitime d'entreprendre la traduction (…) on pourra lire toute la littérature scientifique dans les traductions sans problème – disons toute la littérature scientifique et technique (…) cela fait déjà beaucoup de textes « traduisibles », au sens de textes qui sont à traduire »* (ibid., p. 97). En plus d'obtenir une opposition: *science vs poésie,* (Ibid., p. 98) on s'aperçoit aussi que l'objection préjudicielle ne peut durer dans le temps et qu'elle est à la base une idée philosophique qui ne

[13] L'ethnocentrisme s'accompagne d'un jugement dépréciatif et d'un rejet des autres langues qui entre en lien direct ou indirect avec les hiérarchies des sociétés (Cf. Armand, 202, chap.15), que l'on décrit également comme « *une attitude des membres d'une société qui ramènent tous les fais sociaux à ceux qu'ils connaissent ou qui estiment que leur culture est meilleure et préférable à toute autre* » (Panoff et Perrin, cités par Margot, 1979, pp. 83-83).

mérite pas un traitement avec une grande attention et qu'au contraire une argumentation pratique sur l'échec d'établissement d'un contact entre les langues par la traduction est la meilleure solution pour dessiner les contours de la théorie de la traduction que ce soit en littérature ou en science. En outre, la traduction aide une langue à naître, à se développer et à s'émanciper grâce aux richesses stylistiques gagnées grâce à la pratique et c'est Ladmiral lui-même qui le reconnaît : *« les traductions ouvrent même à la langue, des tonalités nouvelles, exotiques dont une littérature originale pourra faire dès lors son profit »* (ibid., p.104) ; la science est partageable, transférable donc assujettie au traitement et inter-linguistique : *« La philosophie est « science » et donc traduisible, plus généralement c'est aussi le cas de tout discours informatif, de tout discours véhiculant du savoir des connaissances, c'est-à-dire des informations et s'assignant comme finalité première (…) la transmission de ces informations »* (ibid., p. 108). Il est donc inutile aujourd'hui de parler d'argumentation historique, de polémique culturelle ou de texte autre car la traduction est entrée aujourd'hui dans un mouvement accéléré**,** ponctué par un flux de production exorbitant.

Pour notre part, nous pouvons décortiquer l'objection préjudicielle de la manière suivante : le fait d'objecter une traduction pour avoir écorné l'essence de l'original, ne peut être admissible qu'en poésie car celle-ci constitue le point culminant de la littérature, celle qui la représente le mieux à travers plusieurs caractéristiques, notamment dans le style et les tournures inusitées. Très difficilement définissable, la traduction poétique relève de l'esthétique littéraire dans laquelle le traducteur devrait être prêt à se mesurer au génie de la langue de laquelle il traduit ; il affronte des virtualités transposées en poèmes ou en prose dont seul l'auteur connaît le secret, cette substance créée constitue l'objet de toute réflexion en traduction. Paul Ricœur dira à ce propos que la poésie offrait la difficulté majeure de l'union inséparable du sens et de la sonorité, du signifié et du signifiant (Ricœur, 2004, p. 12). Ce que l'on retiendra du débat sur l'objection préjudicielle, c'est que rares sont les traductions poétiques pleinement réussies, les praticiens reprochent plus généralement aux propriétaires des œuvres d'être un peu trop muselés, s'ils prennent plus de libertés, ils seront accusés d'avoir « violenté » l'œuvre et en même temps une fidélité mécanique à la mise en harmonie formelle de la langue source, ne conduit certainement pas au résultat escompté. Cette donne vient-elle alors renforcer le principe de l'objection préjudicielle ? la question reste posée.

Le *solipsisme linguistique* est un cas plus extrême que l'objection préjudicielle, ses précurseurs, poètes et philosophes, voient que presque tout ce qui nous arrive est inexprimable et que dans le fond et précisément pour l'essentiel nous sommes indéniablement seuls (cf. Rilke cité par Mounin, 1963, p. 171). Le philosophe Ludwig Wittgenstein a une maxime du solipsisme par laquelle il affirme que *les frontières de mon langage sont les frontières de mon monde.*

La pensée de Wittgenstein sur le solipsisme est centrée sur la *« force du moi »* ou le microcosme par le biais duquel le sujet lui-même, avec son propre langage, devient une production en miniature de son propre monde ; cette force du moi est tellement présente que le sujet ne peut se représenter le monde en dehors de sa propre conception, il ne peut pas franchir les limites de son monde à lui (cf. Plaud, 2017). De ce fait, étant donné que chaque sujet a sa propre logique sur le monde et que celle-ci est exceptionnelle par rapport à une autre logique d'un autre sujet, on met en évidence des dimensions substantielles distinctes, c'est-à-dire qu'il y a plusieurs vérités différentes et en cela aucun individu ne pourrait réellement interagir avec l'autre, ce qui exclurait la communication (Halais, 2013).

Le solipsisme linguistique est un postulat qui exige un idéalisme à tout ce que l'humain entreprend même dans sa langue et cela a ramené des insatisfactions quant à la valeur de la communication humaine, il conduit à une conclusion préjudiciable pour le contact entre les êtres humains : *l'isolement total des consciences* (Shyirambere, 1978). Nicolas Roubakine considère, pour sa part, que tout ce que l'on retient après la lecture d'un livre n'est qu'une impression individuelle, qu'un livre n'est pas autre chose que la projection extérieure de la mentalité du lecteur. Toute communication directe par le langage est impossible face à un support de signes. L'interaction avec ces signes sur le plan de l'échange n'est que pure émotion, notre réaction face à celui-ci évoque une excitation harmonique mais on ne peut pas tout comprendre de ce système dans sa globalité (Roubakine, 1921, cité par Mounin, 1963, p.171).

Cependant, ces constatations sont le fruit d'un dogme non scientifique, voire mythique, les anciens penseurs exagèrent sur le fait que toute communication est impossible et le refus total de son déroulement est un gage d'absurdité ; la linguistique contemporaine en opposant les deux postulats a étudié l'idée de communiquer à propos de quelque chose et cherché la nature et le degré de ce quelque chose : donc au lieu de se cantonner dans la possibilité de la communication ou son impossibilité, elle se focalise sur la part communiquée des messages (Ibid., p. 173).

Pour Léonard Bloomfield, bien que deux situations ne soient jamais semblables, la communication reste possible grâce à deux éléments, *les faits macroscopiques et les traits obscurs qui entourent la communication* : a) *Les faits macroscopiques* sont des caractères inhérents aux conditions de la réalisation de la communication humaine dans un sens large, exemple : lorsqu'on s'entend sur des choses simples sans éprouver d'efforts en communication ; b) *Les traits obscurs* concernent les manifestations complexes de la communication nécessitant plus d'efforts par le locuteur et l'interlocuteur. En ce sens, Etienne Meillet estime que le sens d'un mot ne se laisse définir que par une moyenne entre ses emplois linguistiques, tandis que Bally voit que le langage est un fait social ne pouvant être rendu explicite qu'à travers la face

accessible à la connaissance des autres individus (Ibid., p. 174). Ainsi, les sujets parlants n'ont pas les mêmes expériences langagières si semblables qu'elles soient par moments, elles ne le sont que superficiellement ; lorsque des amérindiens – Navajo, Pawnee, Sioux ou Autres – disent à propos des explorateurs du nouveau monde : *« les visages pâles ont profané nos terres sacrées ! »* qu'entendent-ils réellement en disant cela ? et l'homme blanc qu'a-t-il réellement retenu des noms propres amérindiens comme *oiseau bondissant, patte de puma* etc. ? Les expériences des hommes sont mesurables à travers un milieu physique qui constitue le socle de cette mesure. Cet exemple entre la relation amérindien et homme blanc relève de ce que qu'on appelle *l'expérience des phénomènes privée* et pour qu'un contact ait eu lieu entre les deux hommes il aura fallu se mettre d'accord en se référant à des *phénomènes publiquement observables* : comme le face-à-face, les observations comportementales, les interprétations plus ou moins hasardeuses de la gestuelle, signes divers etc. Par conséquent, on entend par *phénomènes privés* quand la communication se réalise avec la présence d'un intermédiaire pour éclaircir les traits obscurs qui entravent le bon déroulement de la communication.

Compte tenu de ce qui précède, sans aller plus loin dans l'argumentation, la communication est possible grâce aux phénomènes publiquement observables qui doivent être confrontés par le locuteur et son auditeur par des traits invariants. Ceux-ci servent de support à l'établissement d'un acte de communication à travers des vérifications pratiques et sociales qui ouvrent la voie à la traduction.

2.3.3 La problématique de la connotation en signification linguistique

L'étude du problème de la connotation dans la problématique théorique en traduction nous amène au domaine vaste et compliqué du sens ; les philosophes en ont fait un débat épineux et la linguistique s'est assigné comme tâche, et ce dès son émergence comme science des langues, de cerner le problème de la nature du sens, sa description, les relations et les caractéristiques permettant aux langues de conférer aux choses et aux objets des significations (cf. Garza-Cuarón, 1991, Chap. I).

La connotation est à l'origine des problèmes d'interférences en traduction. Les faux-amis qui se caractérisent par une ressemblance entre les signes et certains termes analogues qui auraient évolué différemment dans le temps, peuvent induire le traducteur en erreur, car même si ces termes ont une origine commune et une similitude formelle, ils ne garantissent pas une similitude sémantique (cf.Wecksteen, 2007, p. 193). En prenant exemple sur le français et l'anglais, – deux langues ayant beaucoup de similitudes formelles, l'anglais ayant un double fond lexical anglo-saxon et latin et le français étant une langue latine – la traduction entre ces deux langues peut conduire dans certaines situations à une erreur d'appréciation de la signification des termes clés à cause des interférences très subtiles provoquées par leur mise en

jeu en tant qu'éléments variables et que seule l'interprétation contextuelle peut donner l'équivalent correct : le verbe anglais *« to devine »* est considéré comme trop littéraire et s'utilise dans un registre soutenu par rapport à son équivalent en français *« deviner »* qui appartient à la langue courante. Dans certains contextes, un traducteur sera plus enclin à traduire le verbe *« deviner »* non pas par *« devine »* mais par *« guess »* (Ibid., p. 195).

Cependant, le problème des faux-amis n'est pas si crucial que d'autres et de ce fait nous partons de la problématique suivante : la théorie de la traduction devrait – dans le cadre d'une correspondance systémique – garantir la traduction d'un terme avec sa connotation précise d'une langue « A » vers une langue « B » en gardant cette même connotation originale. L'opposition de la connotation et de la dénotation provient de la problématique de la structuration du lexique et *plus loin de la sémantique générale qui étudie les différences profondes entre les structures de langage et les structures de la pensée* (Cf. Mounin, 1963, p. 60). Le problème de connotation peut être soulevé dans le cas de la traduction d'un « terme » pour une communauté donnée chez laquelle il revêt une forme de discours et une saveur connotative particulière, si ce terme venait à être transféré vers un autre foyer sociolinguistique, chez une autre communauté ayant d'autres idéaux et d'autres prismes, il doit être traité avec beaucoup de retenue car on n'écarte pas l'éventualité d'avoir une double connotation par glissement sémantique.

Pour Ladmiral, la signification recouvre deux facettes d'un mot, d'une tournure de phrase ou d'une expression : la dénotation comprend l'aire sémantique, le découpage sémantique et plus trivialement « le sens » ; quant à la dénotation, elle renvoie au style, la valeur stylistique et le registre ou trivialement (Ladmiral, 1994, p. 117) ; le style à traduire se situe dans le plan du contenu des unités lexicales ; la connotation et la dénotation se situent dans l'opposition de la structure profonde et la structure de surface comme elles ont été définies par Charles Taber ; la phrase que nous traduisons est la structure de surface, elle est conséquence des différents choix de productions ou de remaniements syntaxiques opérés en structure profonde. Ainsi, les moyens formels (linguistiques) mobilisés pour exprimer une idée constituent l'ensemble du style connotatif (Ibid., pp. 121-122.). *L'expérience de traduire est bien que la stylistique ne soit pas à proprement parler secondaire mais qu'il y a une coïncidence où se rencontrent le sens et le style, la « forme » et le « fond » et que c'est l'unité indissociable des deux qu'il faudra traduire ensemble* (Ibid., p. 128).

L'opposition de la connotation à la dénotation remonte aux théories latines sur le langage qui s'articulaient autour de la logique et la grammaire appelées *« proprietates terminorum »*, ces théories se sont intéressées à la structure des propositions et la nature des termes et celle des concepts ; l'objectif était de donner un *« sens »* aux mots et aux expressions selon leur répartition

en catégories grammaticales dans la phrase, cette méthode s'est appuyée sur le modèle grec lorsque Aristote a établi des catégories logiques par concordance aux structures grammaticales de la langue grecque. Les théories de la propriété voyaient qu'un terme se réfère à une entité-réelle du monde. En ce sens, la dénotation devrait être entendue comme indication, une marque, ou une actualisation d'un signe qui se substitue à son objet (Garza-Cuarón, 1991, pp. 11, 12 et 13). Par ailleurs, la connotation trouverait son origine dans la logique scolastique ; Guillaume d'Ockham théologien anglais, dans son ouvrage intitulé *Summa logicae* paru en 1320, appelle *termes absolus* les termes génériques renvoyant aux choses dont la principale caractéristique est prise comme référence de désignation et *les connotatifs* qui désignent deux sens à la fois, un prénom comme *juste* désigne à la fois une personne s'appelant *« Juste »* et la qualité de justice. De plus, les connotatifs sont décrits comme des termes à double référence : la substance en premier lieu et la qualité ou la relation inhérente à la substance (ibid., p. 16-17).

Georges Mounin étudie la question de la *connotation vs dénotation* par les linguistes les plus influents par rapport à ce que l'on peut tirer de la signification d'un mot, il admet lui-même que dénotation et connotation restent des termes discutés et fluctuants. Néanmoins, deux positions très claires se dégagent de ces fluctuations. Les logiciens comme Sorensen, G.A. Miller, Collin Cherry, Weinreich, Rulon S. Wells, estiment qu'on acquiert le sens d'un mot par processus dénotatif et la connotation n'est qu'un élargissement de ce qui est révélé par la dénotation qui est la définition, par compréhension ou par voie rationnelle. Le terme dénotation est employé pour indiquer l'attribution arbitraire de tel signe à telle réalité non linguistique (la signification d'une note musicale est acquise par dénotation à partir de sa position sur le solfège ; la dénotation de l'espèce « chien » est acquise par abstraction de ces deux formes |chien| ou |chiens| qui recouvrent tous deux la même espèce ; Louis Hjelmslev de son côté dit qu'à travers la dénotation, on relie les deux plans du langage : le plan du contenu et celui de l'expression.

À la lumière de ces constatations, les logiciens aspirent que la connotation reste une forme prolongée de la dénotation laquelle donne lieu à une compréhension d'un terme par voie logique, objective. La signification dénotative désigne donc l'ensemble des caractères distinctifs qui définissent le concept attaché à un terme (les conditions qui doivent être satisfaites si un signe doit dénoter quelque chose (cf. Mounin, 1963, p. 148-149-150).

Un autre groupe de linguistes comme Bloomfield, Stuart Mill, Charles Bally scindent la dénotation et la connotation en deux parties qui sont complémentaires. S'ils s'accordent à peu près avec les logiciens sur la définition de la dénotation, ils estiment que la connotation est une compréhension d'un terme. Stuart Mill avec ses quatre types de compréhension d'un terme : compréhension totale, décisoire, implicite et subjective, estime que le fait de connoter un terme c'est lui donner des valeurs sentimentales ; Bloomfield parle de connotation vulgaire, familière,

provinciale, rustique, archaïque, technique, savante, étrangère, iconique, argotique et enfantine ; Charles Bally à ce même propos met l'accent sur les faits psychologiques inhérents au langage en séparant les aspects intellectuels et les aspects affectifs de la signification (Bally, 1930, p.15 et Bloomfield, 1933, pp.151-155, cités par Mounin, 1963, pp. 145-146) ; quant à la linguistique anglo-saxonne, elle a offert toute une panoplie de distinctions :

> Ogden et Richards proposent les significations référentielles ou émotives et référentielle signifie ici dénotative, c'est-à-dire qui renvoie à l'existence objective d'une chose définie. Pollock oppose les signes référentiels aux évocatifs. Feigl les informationnels aux non cognitifs ; Stevenson, les cognitifs aux dynamiques. Mais sous ces terminologies variées court toujours la même division fondamentale : les non-cognitifs de Feigl se réfèrent pour une large part aux valeurs imaginatives affectives et les instrumentaux de Reichenbach de même aux valeurs « communicatives » et « suggestives » (Mounin, 1963, p. 147).

Pour Joshua Whatmough, la connotation concerne essentiellement les valeurs affectives du langage. Il y a ainsi une différence entre connoter et dénoter et c'est par la connotation que le discours esthétique est concerné (Whatmough, 1957, p. 233 cité par Mounin, 1963, p. 152). On peut affirmer que le sens donné au mot connotation par Bloomfield est actuellement le plus répandu et sa valeur est appuyée par d'autres constatations tout aussi variées sur le plan terminologique :

> On trouve le mot chez des auteurs aussi différents que Nida qui parle des significations lourdement connotatives de certains mots ; H.F Muller qui mentionne l'emprunt fréquent de termes étrangers parce que « dépourvus des anciennes connotations dans le groupe qui les adopte, ils sont plus aptes à de nouvelles fonctions ; Delavenay, qui parle de la « connotation totale du terme français champignon », des « sens à forte connotation collective », du vocabulaire qui devient « le plus connotatif et moins dénotatif » et de la valeur connotative des mots, si importante en poésie » (Mounin, 1963, p. 183).

Ce qu'il faut retenir ici c'est que Bloomfield inclut la connotation à la signification d'un mot car ce dernier ne peut être compris selon la valeur statique du terme. Celui-ci est à la fois une cause et un résultat d'une situation d'énonciation : *« La signification d'un énoncé, c'est le contenu total de la situation dans laquelle un locuteur l'énonce et l'auditeur y répond par son comportement, définition qui nous maintient certainement sur le plan de la linguistique et de l'analyse génétique de la notion de signification chez les sujets parlants »* (Mounin, 1963, p. 157). Avec les explications de Bloomfield, les valeurs dénominatives et les valeurs connotatives sont liées à la signification dans un contexte donné.

Si l'on prend le mot français *bouc*, son sens peut être obtenu soit par définition déictique ou référentielle, soit par définition linguistique et dans ces trois cas il s'agira d'une connexion avec le signe *bouc*. Les connotations de *bouc* sont cependant variées et dépendent des conditions

d'énonciation. Le mot peut avoir une connotation de salacité si le locuteur est citadin, il peut également avoir une connotation relative au comportement génital de l'animal si le locuteur est campagnard ; l'expression *« c'est un vieux bouc »* qui dégage une connotation péjorative du terme ne sera pas du tout la même en énergie, dans les deux cas (Mounin, 1963, p. 158).

Bloomfield conclut que les connotations d'un terme varieront pour chaque locuteur en fonction de la richesse des situations (non-linguistique ou linguistiques) qui auraient nourri la signification dénotative du terme, les connotations relèvent plutôt de la pragmatique ou de la stylistique et génétiquement, linguistiquement, les connotations sont liées de manière indissociable aux dénotations, c'est-à-dire qu'elles font partie intégrante de la réalité non linguistique à laquelle renvoie globalement le signe qui la dénote (Mounin, 1963, p. 159).

De plus, les connotations même traitées comme des valeurs affectives et additionnelles de ces signes peuvent revêtir des fonctions différentes linguistiquement. La connotation d'un mot est admise sur le principe de la relation pragmatique que les utilisateurs entretiennent avec les signes. Ces relations peuvent être soit exclusives entre le locuteur et le signe, soit exclusives encore une fois entre l'auditeur et le signe, soit communes au locuteur et à l'auditeur avec le signe. Ces trois relations pragmatiques permettent de dégager trois connotations différentes :

> Il existe des connotations qui sont l'expression de l'attitude affective du locuteur envers les signifiés de l'énoncé : les diminutifs, les péjoratifs, les augmentatifs, les hypocoristiques etc. l'auditeur enregistre ces connotations comme des informations sur le locuteur, sans partager pour autant l'attitude affective de celui-ci… D'autres connotations sont au contraire l'expression de l'attitude affective (individuelle ou sociale) de l'auditeur seul envers les énoncés du locuteur c'est le sens des connotations dites vulgaires, argotiques, pédantes, archaïques, provinciale**s**, enfantines … la règle ici c'est que ces connotations formulent des jugements de valeur de l'auditeur sur l'énoncé du locuteur indépendamment de celui-ci qui ne les perçoit pas (quand il les perçoit, c'est avec un complexe d'infériorité qui est une valeur affective différente de ce qu'on appelle la connotation de l'énoncé**).** Enfin, pour d'autres connotations encore, les valeurs affectives de l'énoncé sont communes au locuteur et à l'auditeur : c'est le cas des connotations qui traduisent l'affectivité la plus socialisée, les résonnances, très différentes (Mounin, 1963, pp. 159-160).

En général, les linguistes s'accordent sur le fait qu'un sens d'un mot s'acquiert par bien des façons en dehors de la structure linguistique, sur le plan logique. Bloomfield est parti vers la psychologie pour révéler comment un utilisateur interagit avec le signifié d'un énoncé en situation. André Martinet voit que le sens d'un mot s'établit par audition ou lecture. Néanmoins, l'acquisition du sens par dénotation qui ne déborde pas le cadre de la logique demeure observable, vérifiable donc juste (Mounin, 1963, p. 161) :

> On peut dire que l'humanité dans le déroulement de son histoire a conçu des méthodes toujours plus rapides pour transmettre aux jeunes générations des

> stocks indéterminés de signifiants avec leur signifiés par voie logique : partout où il existe une instruction scolaire des jeunes locuteurs, les dénotations sont donc acquises assez massivement dans un système logique et linguistique et en tant que système plus rapide que les connotations dont l'acquisition reste liée à l'expérience naturelle des contextes et des situations au hasard des messages (Mounin, 1963, p. 163).

La position de Bloomfield peut être seule admissible, si on n'apprend la langue que par expérimentation du monde qui nous entoure et la position des logiciens le serait également si on apprend une langue uniquement par les définitions. On peut conclure que la signification repose à la fois sur la dénotation et la connotation et c'est toujours difficile de les séparer parce qu'il y a des situations d'énonciations elles aussi complexes. De plus :

> L'apprentissage des significations se fait par au moins trois ou quatre voies assez différentes : la voie déictique et la voie situationnelle (on montre les choses ; on perçoit les situations correspondantes aux énoncés) ; la voie « linguistique » (les significations sont acquises par des contextes d'autres mots) ; la voie logique (les situations sont des contextes spéciaux minima dits définitions, dont les propriétés sont très particulières) (ibidem).

L'analyse de la notion 'connotation' permet donc de formuler une problématique de la traduction selon les arguments de Mounin : *« La première difficulté se situe au niveau des relations exclusives ou communes que les utilisateurs entretiennent avec le terme, c'est une problématique sur le plan pragmatique ».* La problématique de la traduction interroge les valeurs particulières du langage :

> […] qui renseigne l'auditeur sur le locuteur, sa personnalité, son groupe social, son origine géographique, son état psychologique au moment de l'énoncé… ce qui intéresse la théorie de la traduction, c'est que les connotations, ou qu'on les classe et de quelque façon qu'on les nomme font partie du langage et qu'il faut les traduire aussi bien que les dénotations (Mounin, 1963, p. 166).

La problématique de la traduction des mots ou énoncés colorés de valeurs additionnelles de signes cherche à savoir comment on procède à ce type de tâche ; comment percer par exemple les relations mystérieuses du signe de l'éléphant avec l'hindou et les transposer telles qu'elles sont dans un autre système linguistique sans écorner l'intimité de ces relations ?

Le traitement de la connotation pour une théorie de la traduction est un problème pragmatique parce que l'atmosphère affective qui enveloppe le mot résiste à la traduction, cette résistance est motivée par l'instabilité du rapport entre chaque signe et chaque locuteur individuellement au regard des autres locuteurs. Bloomfield décrit cela comme des situations qui ne sont jamais semblables (cf. Mounin, 1963, p. 167). Mounin conclut dans son long chapitre que *« les connotations viennent recréer le fossé qui sépare les langues, fossé déjà creusé profondément par les*

différences les plus matérielles entre civilisations, par les différences les plus subtiles entre « visions du monde » (Mounin, 1963, p. 168).

Dans l'univers médiatique algérien on peut exemplifier ce que nous venons de développer plus haut par l'analyse du vocable شكارة [škara], qui est très souvent employé pour dénoncer les pratiques de corruption à tous les niveaux, le terme est utilisé aussi bien dans les médias arabophones que francophones. Comme le dit Mounin, pour étudier un terme il faut mesurer sa surface sémantique dans un contexte donné (Mounin, 1963, p. 168). D'abord *škara* (écrit souvent *chkara* ou *« la chkara »*) est issu du dialecte mercantile qui signifie *« sachet en plastique »* sa couleur n'a pas d'importance dans un contexte ordinaire. Mais dans les rouages d'affaires importantes, qu'importe la conversation ou le registre, ce vocable prend une couleur noire dans l'imaginaire de l'ensemble de la population algérienne (là aussi il faut examiner la correspondance entre l'aspect morphologique et l'image acoustique du terme), il peut être en cuir ou en tissu, cela peut être même une valise, une mallette, ou n'importe quel sac rigide ; on ne l'entrevoit qu'à travers notre imaginaire, il passe de main en main, et on reconnaît l'importance de son emploi dans le contexte des affaires.

Sur un autre registre sémantique complètement différent, lorsqu'un maghrébin dit à son enfant indiscipliné *« dors mon enfant, rgoud dir ninni sinon il va venir le bouchkara »*[14] ; L'ajout du préfixe de possession |bou| signifie qu'un inconnu viendrait punir l'enfant en le mettant dans sa chkara (son sac) et l'emmener s'il n'écoute pas ses parents (Baba Hamed, 2006, p. 22) ; entre une « chkara » utilisée pour corrompre le fisc et le *Bou–chkara,* un homme vilain qui punit les petits enfants qui n'écoutent pas, les valeurs affectives additionnelles au signe chkara sont clairement affichées.

Pour la traduction, l'exemple cité ci-dessus est un dilemme non seulement linguistique mais aussi socioculturel et idéologique, car le terme entretient une relation commune au locuteur et l'auditeur avec le signe au sein d'un même espace ; *chkara* peut être connotée aussi bien négativement que positivement (signe d'opulence) ; et pour connaître son sens, il faut analyser le contexte d'énonciation et la situation de communication. Pour la théorie linguistique qui voit en la correspondance systématique le meilleur moyen de traduire, cela suppose qu'un traducteur doit trouver dans une autre langue un équivalent qui présente toutes les caractéristiques du mot *[chkara]* pour que l'on aboutisse à une correspondance linguistique au même titre que celle des valeurs additionnelles et affectives du langage, et ce sont ces dernières qui relèvent de l'incommensurabilité entre systèmes car elles ne sont pas toutes maitrisables.

2.3.4 La couleur comme problématique de vision du monde et son impact sur

[14] Phrase translittérée à partir de l'arabe dialectal algérien de l'Ouest.

la traduction

Le problème du transfert de la couleur est d'ordre culturel symbolique avant qu'il ne soit linguistique. Umberto Eco estime à ce sujet qu'il existe des termes linguistiques dont les effets chromatiques sont parfois difficiles à distinguer (cf. Eco, 2006, p. 445), la perception des couleurs change d'une époque à l'autre et il semble toujours difficile de traduire la couleur au sens propre du terme particulièrement entre les langues éloignées dans le temps ou entre celles appartenant à des civilisations différentes et il a été observé que le sens du terme couleur est l'un des pires embrouillaminis de l'histoire de la science (cf. ibid., p. 448).

S'intéresser à la couleur donc, c'est étayer un repère identitaire et amorcer une réflexion sur sa représentation dans une aire culturelle précise. La traduction des couleurs et/ou certaines formules linguistiques colorisée comme les stéréotypes, les expressions au sens figuré, proverbes etc. soulèvent des problématiques relatives aux différences de leurs perceptions dans la littérature, l'esthétisme. La classification des couleurs est un champ d'étude abondant en information, chaque classification de couleurs primaires ou secondaires selon un code chromatique d'une langue ne partage pas forcément les mêmes sources d'inspiration avec une autre. Havelock Ellis, dans une dimension esthétique répertorie le bleu et le vert dans la poésie dont l'inspiration est la nature, le rouge convient à l'amour et au sang tandis que le noir, le jaune et le blanc sont pour la poésie imaginative. (Ribeyrol, 2009, p. 55). Les spécialistes de l'esthétique voient que la couleur en tant que composante de toute forme d'art déborde les limites d'une classification, laquelle serait basée sur une terminologie rendue restrictive par les convenances, les valeurs sentimentales qui sont associées à la couleur peuvent disparaître ou se transformer selon les circonstances et de ce fait changer de référentialité ; Louis Gernet estime à ce sujet que le langage des couleurs se subdivise en deux classes : celle de la peinture ou il est postulé que les couleurs sont les « vraies » et celle de la poésie ou l'adjectif répond plutôt à un sentiment qu'à une perception (Gernet, 1957, p.315 cité par Grand-Clément, 2009, p. 64).

Par ailleurs, les différentes civilisations ont toujours développé des continuums chromatiques si particuliers au point qu'il semble impossible de traduire d'une langue *« A »* une couleur ayant une valeur particulière dans une langue *« B »* dans laquelle on risque de ne pas retrouver cette même valeur (Eco, 2006, p. 48). Ainsi, une perception des choses différenciée remonte aux divers horizons d'intellection linguistiquement formulés et c'est l'arrière-fond culturel qui en est à l'origine (cf. Peña, 1979, p. 468). Le monde ne reflète pas une réalité objective existante [en] et [de] par elle-même, c'est nous qui le catégorisons selon notre propre vécu perceptif de notre connaissance (cf. Golka, 2014, p. 132). La couleur joue un rôle doublement important : d'une part, dans l'accompagnement de la symbolique du message culturel, et

d'autre part dans les perceptions esthétiques de l'aspect physique de l'être (Rukodelnikova, 2015, §1). Les couleurs et les mots sont les deux facteurs les plus importants mis en jeu lorsqu'il s'agit de materialiser notre représentation linguistique du monde (Eco, 1985 cité par Bogushevskaya et Colla, 2015, p. intro) ; lorsque nous détectons tout phénomène environnemental par notre système sensoriel nous le catégorisons, l'interprétons et lui attribuons instantanément une signification et toute une réalité – qui n'est pas forcément la même pour autrui – nous est dépeinte par la simple vision et la couleur est partie prenante.

Dans le processus de perception visuel, d'autres sens sont constamment employés pour fournir une représentation intégrée des phénomènes que la mémoire enregistre ou « codifie » et l'instaure dans l'habitus culturel, c'est pour cela que selon Eco (Eco, 2003), lorsqu'on prononce un terme *« colorifié »* on ne décrit pas seulement l'état du monde (directement), la description se fait par corrélation à un concept ou unités culturelles (ibid.,). Les langues varient considérablement selon la répartition de la gamme chromatique en catégories lexicales. Si en français on distingue le marron du brun et du jaune selon les nuances et les variétés d'objets qui leur sont associées, en anglais on a que le terme *brown.* On peut dire la même chose à propos de *blue* en anglais qu'un Russe subdivise en deux termes spécifiques *goluboj* et *sinij* pour distinguer le bleu clair du bleu foncé (Rukodelnikova, 2015 §1).

Dans l'étude terminologique des couleurs – du moins conventionnelle – on distingue des termes ayant une seule composante, des autres termes ayant des couleurs composées (deux ou plus) ; cette phénoménologie est relative aux particularités dans les structures internes des langues concernées et aux caractéristiques culturelles uniques de leurs sociétés. Par exemple le terme « grue » en anglais qui peut être un vert bleuté ou un bleu verdâtre est une couleur nuancée bien connue dans les cultures sanskrites, apaches, aztèque, celtes, et turque ; elle est même reconnue dans certains dialectes italiens (Ibid., p. 27).

Georges Mounin rapporte que le classement des couleurs n'est pas universel ; il est intimement lié à la suite : *Culture → Symbolisme → Dénomination* : l'hébreu, – en plus de distinguer nettement entre le blanc, le noir et le rouge – possède un mot pour des choses vertes et jaunes ; le sanskrit attribue sa classification des couleurs aux origines théologico-intellectuelles, ainsi le terne est lié au vent, le sombre au feu, la brillance à l'eau, le blanc à la contemplation et le rouge à l'action. Dans la langue grecque, un même mot est attribué à une couleur *vert-jaune* et au *rouge,* un autre mot est associé à la fois au *vert jaunâtre* et au *brun grisâtre* ; le latin oppose par deux termes le blanc naturel *[albus]* au blanc brillant *[niger],* quant à *[purpureus]*, il est utilisé à la fois pour l'arc-en-ciel et la neige ; le chinois a un champ sémantique de couleurs associé au symbolisme et à l'arrière-fond socioculturel, la langue chinoise fait correspondre systématiquement, terme à terme, sa classification de couleurs

composée du : vert, blanc, rouge, noir, jaune avec les cinq éléments (bois, métal, feu, eau, terre) ; quant aux langues polynésiennes, elles offrent des associations symboliques : le noir lié à la mort, le noir terne à la pluie, le vert à la genèse et le rouge au pouvoir et à la virilité (cf. Mounin, 1963, pp. 75-76). Toutes ces nuances introduisent une problématique pour la traduction, laquelle est relative à la manière dont on procède dans certaines situations linguistiques comme dans le cas des clichés, des collocations et locutions (Catala, 2013, p. 62) pour rendre une couleur spécifique d'une culture à une autre où elle n'existe pas comme l'a spécifié Annie-Mollard Desfour : *« l'approche linguistique de la couleur ne constitue pas simplement un problème de langage, mais embrasse l'ensemble du patrimoine culturel. Traduire la couleur, c'est aussi penser autrement la couleur dans les diverses langues et cultures dans le temps et l'espace »* (Annie Mollard-Desfour, 2008, citée par Catala, 2013, p. 68). Néanmoins, quand la coïncidence morphosémantique le permet, la traduction passe car les expressions contenant un terme de couleur aboutissent à des équivalences totales tant au niveau structural qu'au niveau des composants. Cependant, dans les situations complexes telles que dans le cas de la poésie, on ne peut que constater la difficulté de rendre certaines idées à cause de l'arrière-fond culturel.

L'arabe a une classification de six couleurs considérées comme principales : le blanc, le noir, le rouge, le bleu, le vert et le jaune ; ces couleurs ont toujours inspiré la création de proverbes, d'adjectifs, de stéréotypes et d'autres variations appellatives pour exprimer des états de fait particulièrement en ce qui concerne le culte et les conditions sociales, les sentiments etc. À travers une couleur rayonnante, limpide, obscure, ou fort teintée, l'Arabe fait sortir ses valeurs morale et spirituelle de sa personnalité (Al Agha, 2018, p. 37). En outre, le rayonnement de l'Islam a contribué au renforcement des connotations des couleurs et les armoiries étaient différentes selon les époques : les omeyyades par exemple avaient un blason officiel blanc appelé *Al-mubayyîda* ; les fatimides préféraient le vert comme symbole de gouvernance en Égypte tandis que les Abbassides ont eu le noir comme emblème officiel du califat (Ibid., pp. 38-40). Le blanc est symbolique et très utilisé, il exprime la générosité, la pureté, la perfection, la brillance, la beauté, il a acquis après l'avènement de l'islam deux autres connotations : la sainteté et la croyance, il bifurque en d'autres couleurs dégradées, par exemple أزهر *[azhar]*, حر *[hur]*, ليلق *[laylaq]*, لهق *[lahiq]*, renvoient aussi bien au blanc brillant qu'au blanc pur et أملح *[amlaḥ]* pour le blanc terne ; pour les autres couleurs composées dans lesquelles le blanc rentre selon la teinte, l'on a : أكدر *[akdar]* et أدكن *[adkan]* qui désignent des choses ni noires ni blanches أكلف *[aklaf]* qui est un mélange du noir et du blanc terne ; أجون *[aǧuan]* s'utilise à la fois pour le blanc et pour le noir par (alternance contextuelle). Parmi les autres couleurs composées,

l'on a كميت *[kamīt]* et أغبر *[aġbar]* pour le rouge noirâtre, أصهب *[as'hab]* pour le blanc-rouge, أعفر *[a'far]* pour le poussiéreux et أصحم *[asḥam]* pour le noir jaunâtre. Le vocable *as'hab* a plusieurs référents selon la contextualisation, on parle de موت أصهب *[mawtun as'hab]* pour désigner une mort cruelle et صهب العراقيب *[sohbu-l'arāqib]* pour stigmatiser quelqu'un qui n'est pas Arabe[15]. On voit à travers cet exemple que le référent commun entre les deux collocations est le blanc-rouge lequel est utilisé pour exprimer aussi bien une chose abstraite (la mort) qu'une question anthropologique. Par ailleurs, l'expression *[bîẓû-layâlî]* بيض الليالي signifie nuits tranquilles, cette phrase ne peut être littéralement traduite par *blancheur des nuits* ; sur le plan syntaxique, l'adjectivation par antéposition avec le vocable *[bīdu]* ne peut être répétée systématiquement dans une autre langue dans le but d'obtenir la même pertinence sémantique. Le même vocable البيض*[albīd]* est employé comme substantif adjectivé qui réfère aux sabres, épées et flèches pour signifier leur brillance. Un autre exemple : كتيبة خضراء *[katībatun ḥaḍrā'u]* et كتيبة بيضاء *[katībatun baydā'u]* s'associent dans un même référent : un bataillon ardent. Dans la poésie *jāhilite*, le blanc était employé d'un contexte à un autre ; l'exemple qui suit est un vers à deux hémistiches d'ibn-al-khatîm (Khalil, 2006, p. 443) :

ومجالس بيضُ الوجوه أعزة ~~~~ حمرُ اللثاث كلامهم معروف

Honorables sont les assemblées des illustres

Au sourire bienveillant et à la parole convenue

Deux collocations sont difficiles à rendre ; il s'agit des collocations descriptives par épithétisation بيض الوجوه *[bîdu-lwuǧūhi]* et حمر اللثاث *[humru-liṯâṯi]*. Nous proposons respectivement les équivalents respectifs : *« illustres »* et *« sourire bienveillant »*. On voit bien que la formulation de la première collocation adjectivale *bīdu-lwuǧūhi* signifie des personnes de haut rang dont on glorifie les qualités ; on constate la même chose dans la deuxième collocation adjectivale par laquelle le poète fait appel à son don descriptif pour transposer une vision (rougeur de leurs gencives) dans le but de rendre compte de leur bienveillance à travers leurs sourires.

Le noir « *et la noirceur* » aussi bien que le blanc *« et la blancheur »* sont associés à tant de valeurs affectives qu'il est parfois difficile de cerner la source de la symbolisation. Le noir était

[15] Dans le tableau plus loin, on verra qu'un autre terme الزرق [azzuruq] → les bleus, « adjectif qualificatif pluriel » est employé pour stigmatiser quelqu'un qui n'est pas d'origine arabe, d'autres couleurs sont utilisées pour la même référence : الحمر [alhumur], الصفر [assufur].

réprouvé à l'époque de la *jāhilia* parce qu'il a toujours été employé pour décrire les conditions climatiques rudes telles que les fortes chaleurs et les tempêtes de sable. Sur le plan émotionnel, le noir inspire le dégoût, l'anxiété et la tristesse et les mauvaises qualités. Dans le texte coranique, le noir est parmi les couleurs de l'enfer ; le rouge à cette époque évoquait la famine et la maladie, le sang des guerres tribales et les animaux prédateurs ; le vert inspire la quiétude, le bien et la prospérité, il renferme tout ce qui est fertile, symbole de la vie, d'opulence et de magnificence (Al Agha, 2018, pp. 40-42). Dans le tableau qui suit nous avons résumé à partir d'un article intitulé : ألفاظ الألوان ودلالاتها عند العرب *[alfāẓu-l-alwāni wa dalālātuhā 'inda-l'arabi]* d'Ibrahim Khalil (Khalil, 2006, [résum] pp. 443-451) les principales locutions, collocations et vers poétiques où la couleur reflète presque un sens « imagé » :

Locution + Translittération	Traductions en français littérales + contextuelles	Commentaire
[أسود الكبد]، [أحرقت العداوة أكبادهم]، [سواد القلب]، [سويداء الفؤاد]، [سواد الوجه] [Aswadu-lkabidi], [Aḥraqat al 'adāwatu akbādahum], [swādu-lqalbi], [suwaydā'u-lfu'ādi], [swādu-lwajhi]	« Avoir le foie noir → Haineux » « la haine leur a brûlé le foie → être consumé par la haine » ; « avoir le cœur noir → être ravagé par la haine ; « avoir le visage noir → triste /de peau noire / ou abjecte, laid, misérable, inculte, traitre. »	La symbolique du noir inspire généralement le dégoût ; l'expression « avoir le visage noir » est polysémique et renvoie aussi bien à un sentiment de laideur, d'abjection et de déshonneur qu'à un sentiment de tristesse, de perte, du fait d'avoir fui dans une bataille tribale, de n'avoir sauvé personne, ou d'avoir été capturé par l'ennemi. [16]
[السوداء] [Assawdā'u]	La noire	Mise en exergue de l'adjectif de couleur et suppression du référent substantif ; la noire est une grande marmite de banquet, noircie avec le temps sous l'effet du feu de bois, elle est appréciée pour sa noirceur
[أسود المعاصم] [Aswadu-lma'āsim]	« Avoir le poignet noir → être condamné à la galère »	Évidemment la traduction littérale n'a aucun sens ; il s'agit en réalité d'une personne condamnée, par contrainte, à se livrer aux actes méprisables ; ce sens ne peut toutefois être associé à black hand[ang], main noire[fra] ou mano nera[esp], lesquelles renvoient aux actes criminels

[16] À ce sujet le vers suivant en deux hémistiches est tiré d'un poème que le poète Hassan Ibn Tābit a écrit en guise d'éloge funèbre au nom du prophète Mohamed que la paix et la bénédiction d'Allah soient sur lui et sa famille :

ضاقت على الأنصار البلاد فأصبحت ******* سوداء وجوههم كلون الأثمد

Translittération : [ḍāqat 'ala-lansāri-l-bilādu fa'asbḥat, sawādan wuğūhuhum kalawni-l-alṯmadi
Traduction : Si étroit est devenu le pays pour les braves ***** leurs visages étaient noircis comme de l'antimoine ; la noirceur signifie la profonde tristesse des compagnons du prophète après sa mort, que la paix et la bénédiction d'Allah soient sur lui et sa famille.

[الموت الأسود]، [الشراب الأسود]، [الأسودان] [almawtu-l'aswad], [ašarābu-l'aswad], [al-aswadān]	« La mort noire → une mort atroce » ; « la potion noire → dépérir », « les deux noirs → dattes et eau »	« Mort noire » reflète la brutalité d'actes conduisant à la mort, tel est le cas des guerres, des pandémies ou des catastrophes naturelles.[17] Le même sens est fourni au sens figuré comme un liquide noir qui se boit et l'expression [al-aswadān] renvoie aux dates et à l'eau en tant que deux symboles de la vie au désert.
[طعنة حمراء]، [احمرت اللابة]، [Ta'natun ḥamrā'u], [ihmarrati-llābatu]	« Un coup rouge → coup de poignard violent » ; « la lave s'est rougie → les combats doublèrent de violence »	L'expression en arabe décrit la brutalité de l'acte en le qualifiant de rouge plutôt que de décrire ses conséquences. Par métonymie, le verbe arabe *ihmarra* met l'accent sur l'écoulement d'une lave pour représenter une terre de combat devenue à la fois rouge à cause de la chaleur comme une coulée de laves et rougeâtre à cause du sang et de la brutalité de l'affrontement.[18]
[حمر القسي]، [السماء حمراء]، [حمر الحواصل] [Ḥumru-lqusi], [assamā'u ḥamrā'u], [ḥumru-lḥawāsili]	« Être rouge d'ennemis → maudit » ; « Ciel rouge → ciel rempli de poussière » ; « avoir le jabot rouge → être tendre de jeunesse ou manquer de courage dans la vie. »	Le rouge est employé pour indiquer qu'une personne **a** plusieurs ennemis et pour indiquer le trait le plus caractérisant d'un ciel, poussiéreux, renfermé, sec. [Ḥumru-lḥawāsili] est une expression stéréotypée qui reflète l'idée d'un oisillon au jabot tendre qui dépend de ses parents pour la nourriture ; l'expression réfère par métonymie à quelqu'un qui manque de courage dans la vie ou trop jeune pour exercer des responsabilités.
[ملاذع أزرق]، [الأزرق]، [الزُرق]، [زرق العيون]، [ازرقت عيناه] [Malāḏi'u azruq], [al-azraq], [azzuruq], [zarqu-l'uyūn], [uzruqat 'aynāh]	« Piqûres bleues » ; « le bleu → faucon, → étranger (occidental) ou bâtard » ; « bêtes bleues → chiens de chasse » ; « ses yeux bleutèrent → son heure sonna »	Collocation qui remplace le substantif [guêpe] bleue qui s'attaque aux chameaux ; l'expression arabe fait appel à la couleur bleue pour décrire ses piqûres. Dans le second exemple, le bleu est polysémique, il renvoie d'abord, dans la forme [adjectif singulier] au faucon, ensuite, dans le troisième exemple, dans la forme [adjectif pluriel], il indique soit l'ascendance bâtarde d'une personne, soit pour décrire une

[17] On peut évoquer à ce propos la peste pandémique qui a frappé l'Europe médiévale entre 1347 et 1352 causant la mort de millions de personnes, cette tragédie a été baptisée « la mort noire ».

[18] À ce sujet Hassan Ibn-Tābit a prononcé le poème suivant :

ترى اللابة السوداء يحمر لونها ***** ويغبر منها كل ربع وفدفد.

Translittération : [tarā-lābatu-sawdā'u yaḥmarru lawnuhā, wa yaġburu minhā kullu rubu'in wa fadfadi] ; Traduction : Sous leurs pattes la terre assombrie devint rouge comme une lave, et les poussières des mêlées gagnèrent chaque recoin, chaque espace.

		personne d'origine étrangère, non arabe.[19] . Le quatrième exemple renvoie aux chiens qui accompagnent les chasseurs ou les bergers, il s'agit ici d'une caractérisation d'une propriété de l'espèce décrite [chien]. Dans le dernier exemple l'expression uzruqat 'aynāh signifie quelqu'un s'apprête à mourir.
[أخضر النواجد]، [ذهب دمه خضرا]، [بحر أخضر]، عيش أخضر] [aḫḍaru-nawājid], [ḍahaba damuhu ḫaḍran], [bahrun aḫḍar], ['ayšun aḫḍar]	« Avoir les dents vertes → jeune » ; « il a eu le sang vert → dont la mort n'a pas été vengé » ; « une mer verte → une pêche abondante » ; « une vie verte → mener une vie opulente ».	Avoir les dents vertes renvoie à l'inexpérience ou à une personne jeune encore fragile pour affronter le quotidien[20] ; avoir le sang vert [expression stéréotypée] renvoyant à une personne dont la mort n'a pas été vengée ; une mer verte est entendue comme une mer généreuse dans laquelle la pêche est abondante, une vie verte peut être prise aussi bien dans le sens littéral que dans le sens figuré qui signifie bien être et opulence.

L'art descriptif chez le poète jāhilite est un don naturel qu'il a développé au fur et à mesure grâce au contact avec son environnement ; les gravures dans les habitats troglodytiques témoignent de ce don, lequel se résumait au début en une matérialisation imprimée par la pensée ; à cela suivirent accumulations sur accumulations des conclusions d'un dialogue implicite non linguistique, lequel conférait au génie de la langue force et particularité (cf. El Hawi, 1959, p. 5). La poésie de la jāhilia[21] est chargée de symbolisme. Avant l'islam, les chroniqueurs rapportent qu'elle était source de turpitude et débauche, le poète jāhilite est frivole, il affiche un engouement débordant pour les batailles tribales, propagandiste de son ethnie, il est constamment encouragé par les membres de sa tribu pour créer des vers selon l'évènement, il semble contempler indifféremment objets et êtres vivants qu'il éclaire tous de son regard comme le soleil comme un journaliste du désert. Il sait se détacher de son environnement (aridité et absolutisme du Sahara) pour offrir l'hospitalité comme vertu suprême, son patrimoine affectif se réduit à sa mémoire et à son vécu (cf. Zeghidour, 1982, pp. 45-46).

Lorsqu'il s'agit de faire appel à la couleur pour exprimer des idées, on voit bien que l'approche de la langue arabe comme nous l'avons vu plus haut diffère drastiquement de

[19] Si la couleur bleue, ou l'expression « *avoir le sang bleu* » signifie une ascendance bâtarde ou étrangère (occidental) pour l'œil d'un Arabe. En revanche, en anglais, *blue blood* évoque une ascendance noble, aristocrate.
[20] En anglais : « green horn ».
[21] Une poésie inspirée de divers évènements et circonstances du monde arabe antéislamique et qui se manifeste dans l'art oratoire.

l'approche latine à cause des différences entre les deux sphères culturelles ; le problème réside dans la manière de transférer une assimilation d'un référent chromatique associé au signe qui lui correspond d'une société à l'autre, surtout que la liaison signe chromatique ↔ icone ↔ référent est une notion fondamentale pour la compréhension de la couleur. Le rapport entre signe chromatique et le référent est déterminé par une convention sociale ; *l'établissement de la valeur symbolique repose sur une succession de liens : « la couleur est reliée à un élément iconique puis aux signifiés de cet élément et par analogie à d'autres signifiés »* (Étienne, 2010, p. 224). À titre d'exemple, le bleu dans la pensée occidentale est lié au ciel lequel devient lui-même lié au concept de l'immatérialité, cette liaison est triangulaire. Cependant, ce code symbolique n'est pas immuable, une évolution peut avoir lieu sur le plan interprétatif au gré des transformations sociétales (Ibid.).

Pour un travail de traduction (littéraire ou poétique surtout) la couleur présente un sérieux problème. Dans un document multisémiotique, elle devrait être parmi les éléments à relever en premier lieu dans un exercice de traduction ou de critique de la traduction. Michael Oustinoff estime à ce sujet que tout lecteur d'une traduction est en droit de réfléchir sur la différence qui sépare l'original du texte traduit ; la manière dont on perçoit le monde réel se manifeste clairement à travers les génies des langues lorsque celles-ci sont mises en jeu par la traduction et notamment à travers la description coloristique. En effet, les couleurs ne peuvent pas toujours correspondre par leurs dénominations dans le transfert intralinguistique surtout lorsqu'elles sont chargées de valeurs subtiles socioculturelles (cf. Oustinoff, 2018, p. 17).

2.3.5 Critique de l'incommensurabilité

Tout au long de notre développement de cette première partie, nous nous sommes intéressés aux principaux obstacles d'ordre linguistique, culturel, sociologique et idéologique réfutant la réalisation de l'activité traduisante ; les spécialistes des divers domaines la qualifient comme étant impossible à réaliser théoriquement parce qu'elle ne satisfait pas tous les critères de la correspondance systémique ; la langue étant un phénomène complexe à comprendre et à analyser en tout point de vue, on ne peut pas prétendre à une similitude parfaite des caractéristiques entre les idiomes. Toutefois, malgré les apports qui ont été d'une grande importance pour la pratique et l'exercice de la traduction en tant que métier professionnel et surtout pour l'enseignement de la traduction (devenue traductologie), la théorie est nouvelle et l'expérience pratique est immense, la théorie ne peut donc rendre compte de tout face au vécu ancestral de la pratique, les traducteurs d'antan faisaient des œuvres traduites des merveilles d'art, marquaient de leurs empreintes les littératures, outrepassaient bon an mal an les embuches du redoutable intraduisible. L'incommensurabilité entre les langues n'est qu'une idée devant laquelle les analystes du langage et d'autres de divers domaines se sont attardés et

l'ont quelque peu glorifiée pour rendre le passage d'une langue à une autre par le biais de la traduction crucial dans le sens de « dangereux » qui porterait préjudice à la langue destinée à recevoir un contingent de mots nouveaux qui altéreraient la langue et l'esprit. Cette incommensurabilité qui s'inscrit de manière indirecte dans le refus de contact entre les langues, parce que les communautés seraient trop occupées à protéger le patrimoine, ce refus qui serait également assimilé au purisme qui ne tolère aucune transgression[22] du système normatif sur lequel la langue repose (Cf, Le Prieult, 2006, p. 32). Le philosophe Yves-Jean Hardeur, explique au sujet de la traduction de la philosophie allemande en français et plus précisément la question du transfert de la nature philosophique allemande vers le français, que l'incommensurabilité est d'abord un problème technique : tout traducteur achoppe devant les tournures inusitées et les nuances les plus subtiles, mais si l'on a déjà réussi à traduire par le passé dans différents contextes, c'est que la traduction est une technique de maniement du langage auquel la théorie n'est qu'un auxiliaire ; l'incommensurabilité a été certes démontrée sur le plan linguistique, mais existe-t-il une incommensurabilité entre les esprits qui scellerait définitivement le sort de la traduction ? se demande l'auteur (Harder, 2000, p. 518). Il répond à sa propre question en argumentant que la traduction ne résout pas le problème d'incommensurabilité, ni supprime l'effet d'incommensurabilité autant qu'elle en garde la trace :

> Le traducteur français des philosophes allemands est donc confronté au dilemme suivant : soit il respecte la nature, analytique et universalisante de la langue française et il dénature la philosophie allemande ; soit il tente de restituer la génialité allemande, et il fait violence à la lisibilité du français […] Entre profondeur obscure de l'allemand et la clarté superficielle du français, la traduction ne peut trancher. Son rôle ne saurait être de supprimer l'incommensurabilité des deux langues, des deux philosophies. Elle doit bien plutôt la faire ressortir (Ibid., p. 521).

Faire ressortir la trace de l'incommensurabilité, c'est accepter l'étrangeté d'une pensée qui ne peut pas s'exprimer parfaitement parce qu'elle a été déplacée de son environnement, mais cela aide par incidence positive la langue d'accueil (le français) qui s'habitue à cette étrangeté qui lui permet de s'ouvrir à d'autres notions et s'élever à l'universel (Ibid.,).

À propos de cette étrangeté Antoine Berman a un point de vue analogue : *« Sur le plan psychique […], le traducteur est ambivalent, il veut forcer des deux côtés, forcer sa langue à se lester d'étrangeté, forcer l'autre à se déporter dans sa langue maternelle »* (Antoine Berman cité par Ricœur, 2004, p.15). Le traducteur se trouve dans une situation d'entre-deux et se livre à une tâche rude vouée au désir de rapprochement de deux sphères culturelles. Pour se libérer des

[22] Soit à l'intérieur de la société qui ne tolérerait pas les innovations ou le mélange interlinguistique causé par les innovations ou par emprunter du lexique ou des modèles de discours étrangers.

contraintes de l'incommensurabilité, le fait de commencer déjà à renoncer à une traduction idéale (cesser d'atteindre le degré d'absolutisme en traduction littéraire) permet de servir deux maîtres, l'auteur et le lecteur, d'assurer deux tâches réputées discordantes, d'amener le lecteur à l'auteur et l'auteur au lecteur (Ricœur, 2004, p. 16), après tout, le bonheur de traduire réside dans le fait d'accepter le propre indépassable de l'étranger :

> …Le bonheur de traduire est un gain lorsque, attaché à la perte de l'absolu langagier, il accepte l'écart entre l'adéquation et l'équivalence, l'équivalence sans adéquation. Là est son bonheur. En avouant et en assumant l'irréductibilité de la paire du propre et de l'étranger, le traducteur trouve sa récompense dans la reconnaissance du statut indépassable de dialogicité de l'acte de traduire comme l 'horizon raisonnable du désir de traduire. En dépit de l'agonistique qui dramatise la tâche du traducteur, celui-ci peut trouver son bonheur dans ce que j'aimerais appeler l'hospitalité langagière » (Ricœur, 2004, p. 19).

La traduction est un terrain d'hospitalité langagière dans lequel sont associés le plaisir d'habiter la langue de l'Autre et l'autre plaisir de recevoir chez soi, dans sa propre demeure d'accueil la parole de l'étranger (ibid.).

La mondialisation, à travers ses conséquences sur le rapprochement des sociétés et les sphères culturelles et linguistiques est la cause principale de la multiplication des travaux de traduction particulièrement en ce qui concerne les différences linguistiques rattachées aux comportements des individus.

Dans cette ère, les langues dominantes comme l'anglais et le chinois sont devenues des autoroutes de l'information ; la mondialisation est animée d'un double mouvement, à la fois centripète à travers l'attractivité que connaît l'anglais comme lingua franca et centrifuge du point de vue communication, le monde actuel est en voie de babélisation accélérée (Oustinoff, 2011, pp. 9-10). La mondialisation a changé les attitudes envers les langues et amené un véritable renversement de perspective, elles étaient par le passé appréciées sur le plan prismatique, sur leurs caractères techniques, elles étaient reléguées au rang de simples instruments interchangeables. Aujourd'hui, les langues ne sont pas de simples « tuyaux » : elles informent les auteurs qui y circulent (ibid., p.10).

Sur le plan social, la mondialisation est en fait un basculement du monde, l'immigration de masse a bouleversé les sociétés aussi bien positivement que négativement et a amené le multilinguisme et l'interculturalité desquelles sont nés l'hybridité et la créolisation et toutes sortes de terminologies de phénomènes d'espaces sociaux multiculturels. Toute vision du monde *« particulière »* adhère désormais à une *« vision supérieure »* ou à une « *espèce de macrovision »* où une langue dominante comme l'anglais s'enrichit des lexiques provenant de toutes les zones géographiques du globe, ces lexiques qui, autrefois, pouvaient être intraduisibles puisqu'ils recèlent des visions du monde particulières. Comment la traduction ne pourrait-elle

donc pas être affectée par une telle métamorphose sociale ? Dans ce contexte précis, elle est devenue une opération indispensable aux échanges, une question clé du monde contemporain (Oustinoff, 2011, p. 15).

Sur le plan littéraire, la réflexion traductologique dans un monde devenu mondialisé est passée du stade d'une réflexion sur le sens linguistique au stade de la traductibilité des œuvres littéraires et culturelles (Sapiro, 2008, p. 8) ; la question de la traduction comme nous l'avons montré est passée d'un enjeu idéologique et culturel à un enjeu économique qui s'inscrit dans la circulation des idées et des biens culturels dans un espace international (Ibid., p. 29) ; c'est une évolution qui laisse loin derrière nous les débats inutiles, voire farfelus sur la possibilité ou l'impossibilité de traduire. Les débats actuels sont axés sur la professionnalisation du métier, à l'extension de son enseignement à grande échelle, la traduction est désormais un facteur d'investissement des plus grandes sociétés à travers le monde :

> Traduire […] suppose un travail spécifique qui requiert des compétences et un coût en temps, ainsi qu'en argent depuis que cette activité s'est professionnalisée, un ensemble d'agents et d'institutions y investissent des intérêts d'ordre culturel, politique et économique. En fonction de ces intérêts, les fonctions de la traduction peuvent être diverses entre la circulation des idées et rapports d'hégémonies, constructions des identités collectives et influences politiques, accumulation du capital symbolique et conquête des marchés (ibid., p. 8).

Sur le plan de l'échange – la traduction est un processus d'échange –, ce qui distingue la communication de l'information, c'est que cette dernière relève de l'utilitaire dans le sens où informer c'est transmettre une donnée à autrui ; la communication, elle, devance l'information et se dissémine par les technologies de l'imaginaire réunies dans les machines qui véhiculent des images, des rêves mélangeant le réel et le fictif, le quotidien et le désir d'un autre monde, le quotidien de nos jours ne semble pas si stable qu'il l'était il y a des siècles, l'information coule à flot à la vitesse d'internet alternant l'irréel (fiction), le tragique (guerres) et le critique (crises et tensions diverses), tous ces paramètres alimentent l'imaginaire de la mondialisation qui est une juxtaposition de fragments collés par la communauté disséminée par des moyens technologiques ; la communication est différente de l'information parce qu'elle est une démarche de reconnaissance de l'Autre ; l'information existe en soi mais elle acquiert plus de valeurs à travers l'échange et la reconnaissance mutuelle (Dominique Wolton, 2009, p.89, cité par Da Silva, 2010, p.183). Regis Debray, préfère encore plus le mot *transmission,* qui constituerait la force motrice de la communication ; si la communication consiste principalement à véhiculer les informations à travers l'espace dans la même sphère spatio-temporelle, la transmission, quant à elle consiste à transporter des informations dans le temps entre différentes sphères spatio-temporelles, le champ de la transmission est beaucoup plus

vaste que la communication (Cronin, 2003, p. 20). En ce sens, le rôle de la traduction consiste à faire parler deux cultures, accepter et faire passer la différence, faire émerger le sens caché et se mettre à la place de l'Autre (Da Silva, ibid.).

Par la communication on prône le rapprochement. En d'autres termes, c'est cette considération de l'Autre qui change complètement ; la fidélité devrait être une fidélité à l'essence de l'original au même titre que l'infidélité à la lettre. La philosophie de l'isolement et du recroquevillement de l'individu sur lui-même que laisse entendre la théorie excentrique de l'impossibilité de traduction, cette thèse *« phénoménologiste »* qui stipule que le langage n'assure pas la communication des hommes entre eux, même à l'intérieur de leur langue maternelle, n'est pas, et n'a jamais été attestée en pratique, la population mondiale a toujours été en mouvement constant, c'est-à-dire en marche vers la « mondialisation » (Mounin, 1976, p. 25) ; la modernité déplace les gens pas seulement au sens littéral du terme mais aussi au sens indirect. Le fait de ramener le lointain chez soi, lorsque les médias rendent l'inaccessible accessible et sensible, toutes ces stratégies ont permis d'instaurer un monde basé sur des intérêts sous l'émancipation technologique qui s'est caractérisée par la sensibilité à l'événement, c'est-à-dire un monde qui change de manière irréversible – certaines de ses caractéristiques sont remplacées par d'autres, l'explosion des nouvelles technologies de l'information et de communication dans la seconde moitié du XXe siècle représentait la plus forte révolution humaine depuis le néolithique, le perfectionnement de l'écriture a pris trois mille ans tandis que quarante ans ont suffi pour créer la révolution informatique (Chaubet, 2018, pp. 33-34).

François Ost en répondant à question de la traductrice et germaniste Nicole Bary à propos de l'émergence d'un nouveau paradigme en traduction, s'appuie sur la problématique de Paul Ricœur, à savoir si nous devions opter pour le globish – c'est-à-dire pour la diversité linguistique ou nous replier sur nos idiolectes, il estime que la traduction joue un rôle médiateur et participe activement à un univers chatoyant, pluriel, multilingue, faisant droit aux différentes cultures, qui passerait des mots et des idées et s'adjugerait à la fois le rôle de promotion de la diversité mais aussi de la défense de la langue individuelle (Ost et Bary, 2012, p. 653). La mission du traducteur dans le foisonnement des cultures est de faire raisonner *quelque chose de l'autre, trouver des équivalents, des potentialités qui dormaient dans notre propre langue et dans notre propre culture qui se réveillent à l'occasion du travail de traduction* (ibid., pp. 653-654). Quant à la fidélité exagérée, il faut en faire le deuil. La perfection en traduction n'est qu'un mirage du moment que l'on s'efforce tant déjà à dire ce que l'on pense dans notre propre langue et on n'y parvient pas, que dirons-nous de la traduction ? il faut donc comprendre cet échec relatif et l'on ne peut que se mettre d'accord avec Derrida lorsqu'il parle d'une traduction relevante comme une traduction de bonne foi sans doute qui répond aussi bien à l'auteur qu'à son texte, mais qui

surtout s'avère « relevante », au sens où elle contient une plus-value, pousse un peu plus loin l'entreprise commune du dire (ibid., p.655).

Enfin, les statistiques témoignent de l'étendue du secteur de la traduction. En 1949, l'UNESCO a publié *«index translationum»*[23] dans lequel on recensait déjà 10014 traductions pour 32 pays ; quatre ans plus tard on dénombre 18137 ouvrages traduits à travers le monde et en 1954 on a obtenu 21676 traductions pour 48 pays (Mounin, 1976, p. 24), le monde est entré depuis 1950 dans une phase d'accélération de production et d'explosion des marchés ; l'économie s'est internationalisée parce que les activités centrales de production, de consommation et de circulation, ainsi que leurs composantes (capital, emploi, matières premières, gestion, information, technologie, marchés), ont été organisées à l'échelle mondiale, soit directement, soit à travers un réseau de connexions entre les différents agents économiques (Cronin, 2003, p. 12).

2.3.5.1 Le cas des universaux

En dépit des affirmations à propos de l'impossibilité de traduire parce que les langues sont différentes sur le plan « vision du monde », les universaux permettent d'envisager une connectivité interlinguistique. En linguistique, les universaux du langage sont les traits *qui se retrouvent dans toutes les langues — ou dans toutes les cultures exprimées par ces langues* (Mounin, 1963, p.197) ; ils constituent, de par leur nature même, des prémisses sur les caractéristiques ou les tendances partagées par tous les locuteurs humains ; leur importance dans les études – aussi bien introspective que rétrospective de la traduction – repose sur un approfondissement théorique et l'accumulation de preuves dans les trois principaux domaines pertinents aux universaux : cognitif, social et linguistique (cf. Mauranen et Kujamäki, 2004, pp. 2-3). Pour Nicole Delbecque, les universaux sont des catégories conceptuelles qui se retrouvent dans toutes les langues et dans toutes les cultures, elles constituent une « base neutre » servant à dégager les caractéristiques communes linguistiques et culturelles (Delbecque, 2006, p. 164). On peut relier d'une certaine manière les universaux de langage aux *universaux de philosophie* du Moyen Âge qui disaient que *« tout sujet parlant dispose d'une possibilité de parler, de formuler de nouveaux messages, qui constituent le propre de l'homme et qui se distingue de la simple possibilité de communiquer, d'échanger des signaux »* (Margot, 1979, p. 74). Les universaux sont également des structures cachées qui, soit portent la trace d'une langue originaire perdue et qu'il faut retrouver, soit consistent en codes *a priori*, en structures universelles transcendantales qu'on doit pouvoir reconstruire. Le fait que tous les hommes parlent constitue un critère d'humanité à côté de l'outil, de l'utilisation, de la sépulture. Le langage englobe l'utilisation des signes qui

[23] Aujourd'hui disponible sur le site internet : https://www.unesco.org/xtrans/bsstatexp.aspx

ne sont pas des choses mais valent pour des choses. Les universaux réfutent le mythe de Babel qui a longtemps fait l'objet de *« rêves à reculons »* sur le fait de recourir à une langue universelle perdue dont la conséquence a causé dispersion et confusion au sein de la race humaine ; sur le fait que les communautés humaines étaient tellement perdues que l'échange à l'intérieur d'une même communauté langagière présentait assez de problèmes, que l'occurrence de cet échange était impossible avec une autre communauté à cause du déficit d'intégration des langues les unes aux autres que Georges Steiner appelle *« prodigalité néfaste ».* Les spéculations du mythe de Babel ont engendré une alternative qualifiée de ruineuse qui ne se détache pas du problème de l'incommensurabilité : la diversité des langues donnerait lieu soit à une hétérogénéité radicale et dans ce cas la traduction serait un acte irréalisable, soit à expliquer la traduction par son résultat c'est-à-dire par le recours à l'empirisme et là il y a lieu de mettre en valeur les fonds communs qui rendent possible le fait de la traduction. Paul Ricœur a suggéré de se passer du débat stérile autour de l'intraduisibilité en replaçant la question autour de la dichotomie *fidélité vs pratique,* c'est-à-dire sur le terrain de l'empirisme, ce par quoi nous jugerions de la qualité de la traduction, bonne ou mauvaise : *« le désir de traduire porte au-delà de la contrainte et de l'utilité ».* Les hommes de communautés différentes ont toujours su interagir entre eux dans diverses circonstances, il y a eu des traités, des missions, de l'espionnage, des fêtes, des guerres etc., cela prouve de prime abord qu'il y a eu des faits de bilinguisme et les communautés pouvaient donc se comprendre, le mythe de Babel est dépassé bref dans sa facture littéraire, un banal labyrinthe (Ricœur, 2004, pp. 22-23-24-29-38). Les caractéristiques langagières sont communes à la plupart des langues – en tout cas les plus utilisées, les plus contemporaines régissant la communication mondiale – contiennent le babil enfantin et le délire du fou, elles ont des *« registres de langues »* extrêmement variés entre un usage académique et un usage argotique, elles évoluent dans le temps et charrient les sédimentations de leurs périodes antérieures, (cf. Ost et Bary, 2012, p. 658).

Par le passé, les concepts universaux étaient appelés par des philosophes tels que Pascal, Descartes, Arnauld et Leibniz des idées simples et les linguistes contemporains les qualifiaient de *primitifs sémantiques*, qui constituent dans leur ensemble un vocabulaire d'une espèce de mini-langue qui serait un excellent outil pour l'élaboration d'analyses sémantiques et conceptuelles (cf. Delbecque, 2006, p. 189). *Les primitifs sémantiques* s'articulent autour de quelques attributions reconnaissables dans toutes les langues : les entités *[moi, toi, quelqu'un, les gens, etc.]* ; les déterminants *[ceci, le même, autre, deux, quelques, beaucoup, tous]*, les expériences *[savoir, penser, (re)sentir, voir, entendre]* ; les actions et processus *[dire, faire, arriver, bouger]* ; les existences et possessions *[il y a, avoir]* ; la vie et la mort *[vivre, mourir]* ; les concepts spatiaux *[ici, où, au-dessus, en dessous, (de)dans, à l'intérieur, à côté, près, loin]* ; les

concepts temporels *[quand, maintenant, avant, après, longtemps, peu de temps, quelque temps]* ; les concepts logiques *[si, à cause de, ne pas, peut-être, pouvoir]* ; les concepts évaluatifs et descriptifs *[bon, mauvais, grand, petit]* ; les concepts relationnels *[espèce/type de, partir de, très, plus, comme]* (cf. Delbecque, 2006, p. 170). Aux concepts relationnels, on peut rajouter ceux proposés par Eugène Nida qui concernent les relations logiques *[cause/effet, condition/résultat, concession/résultat etc.]*, des concepts communs de discours (narration, démonstration, dialogue) (Margot, 1979, p. 75).

Georges Mounin, dans un grand développement, énumère toute une typologie d'universaux du langage : *cosmogoniques, écologiques, biologiques, anatomiques, physiologiques antérieurs à la nomination, linguistiques, les universaux temporel et spatial et culturels*[24] ; ce développement prend un chapitre entier visant à démontrer que la traduction résiste à l'hétérogénéité radicale des divers systèmes linguistiques grâce aux universaux (cf. Mounin, 1963, Chap. XII). Selon lui le terme a émergé dans les ouvrages anglo-saxons, plus précisément dans la terminologie des anthropologistes, des sociologues et psychologues avant qu'il ne migre vers la linguistique (Mounin, 1963, p. 195), « *Aussi différents que soient les aspects du langage [...], il y a cependant des universaux fondamentaux, intrinsèques au langage, qui réapparaissent dans toutes les langues particulières examinées jusqu'ici »* (cf. Whatmough, 1957, p. 6 in ibid.). S'il est important de garder à l'esprit les universaux cosmogoniques, écologiques, et biologiques, ceux-ci sont communs à tous les humains (l'habitat terrestre, la faculté de sentir, de marcher, d'avoir chaud ou froid, connaître son environnement, distinguer le règne animal du règne végétal etc.), même si l'on nomme différemment les précipitations atmosphériques d'un coin du monde à l'autre, ou même si l'on obtient des découpages sémantiques pour les reliefs totalement différents d'une zone à l'autre, la signification référentielle de base restera la même, les cadres de référence au monde extérieur sont les mêmes, les « visions du monde » ne sont irréductibles que pour un pourcentage déterminé de notions dans chaque cas (d'une langue à l'autre) (Mounin, 1963, p. 197).

Pour les universaux physiologiques antérieurs à la nomination en dépit des démonstrations des divergences de découpages sémantiques et ceux relatifs au fait de percevoir ou pas différemment les couleurs d'une zone à une autre, il subsiste toujours un noyau de significations référentielles – c'est-à-dire des références à des faits communs de physiologie de perception (Ibid., p.200). Pour les universaux temporel et spatial, l'habitude de vivre d'une zone à l'autre plusieurs expériences de perceptions du temps ou de mesure de distance permet de comprendre la relation entre l'expérience physique et sa dénomination – *le champ sémantique de distance est*

[24] Il consacre en outre une partie exclusive aux universaux de syntaxe.

profondément lié à l'expérience totale de l'individu (Suzanne Öhman, 1953, p.123-124 citée in ibid., p. 200).

En d'autres termes, il faut s'habituer aux expériences de mesure de distance et d'autres phénomènes spatiaux d'une zone à l'autre pour que le saisissement intellectuel de divers concepts soit facile. Bref, ce qui nous intéresse dans l'exposé de Georges Mounin ce sont les universaux linguistiques, car c'est avant tout la langue que nous utilisons pour traduire.

Les linguistes Burt W et Ethel G. Aginsky considèrent que les différences entre les langues sont si évidentes qu'on ne peut tirer des traits de ressemblance qu'à un niveau très restreint comprenant phonèmes, morphèmes en séquences… (Burt et Ethel Aginsky, 1948, p.169 cités par in ibid., p.204). Hjelmslev voit que les universaux morphologiques et notamment les critères constitutifs du trait définitoire du langage sont susceptibles d'être retrouvés dans la majorité des langues, « *le fait que le langage véhicule une substance au moyen d'une forme ; l'opposition et l'interdépendance entre signifiant et signifié, entre expression et contenu, entre système et texte, entre paradigmatique et syntagmatique ; les trois grandes fonctions syntaxiques (parataxis, hypo- taxis et catataxis) ; certaines catégories sémantiques* » (Hjelmslev, 1949, p. 420, in : ibid., p. 204) – rajoutons au passage que l'analyse distributionnelle par approche comparatiste peut servir à la démonstration des universaux linguistiques. Les catégories grammaticales ne sont pas universelles selon Charles Serrus, exception faite pour l'expression des états et les procès : *« nous énonçons spontanément soit des états, soit des procès […] si le nom existe partout c'est parce que la dénomination est le fondement du vocabulaire et de la signification des idées »*, (Charles Serrus, 1933, p xv in : ibid., p. 207) ; André Martinet estime pour sa part que la plupart des langues tendent à l'opposition verbo-nominale, ce critère participe donc du parallélisme linguistique (Martinet, 1950, p.101 in : ibid., p. 208).

Pour Benveniste, l'expression de la temporalité fait partie des critères communs à toutes les langues. Ainsi, une langue distingue d'une manière ou d'une autre « des temps », au moins les trois les plus connus « le passé, le présent et le futur », hormis quelques variations (Benveniste, 1958, pp.261-262, cité in ibid, p. 209). Les pronoms personnels sont également des cas les plus remarquables *d'universaux grammaticaux*, ils répondent à une nécessité logique ou linguistique universelle (Benveniste, 1956, p.34, cité in ibid.,). Eugène Nida de par son expérience comme expert en traduction du texte biblique constate que, malgré un immense désaccord apparent des parties du discours selon les langues, des similitudes étonnantes subsistent puisqu'à travers toute la panoplie des langues, on peut distinguer les nominations d'objets *« object-words »* et des nominations d'évènement *« event-words »*, des pronoms, des adjectifs, et (ou bien) des particules relationnelles. En ce qui concerne les *« universaux sémantiques »,* Bloomfield constate que par le simple fait de remplacer le mot *sel* par sa formule technique Chlorure de Sodium [Na Cl], ou

celui des animaux ou des plantes par des termes techniques ou zoologiques signifie que l'on passe par *« dénotation »* ou par *« définition référentielle »* et cette voie est commune à toutes les situations dans les autres langues (Cf. Bloomfield cité par Mounin, 1963, p.213).

En grammaire, on ne peut pas négliger les différences de forme propres aux systèmes comme la syntaxe et le lexique. (Eco, 2006, p. 48), mais si l'on a pu traduire par le passé, c'est qu'il existe des *universaux de syntaxe* ; leur étude permet par exemple de relever dans les systèmes linguistiques totalement différents, des éléments comparables entre les langues et il s'agit, selon Benveniste, de fonctions et relations indiquées par des marques formelles (Benveniste, 1957-58, pp.39-54, cité par Mounin, 1963, p. 252). Si l'on peut démontrer que sous des syntaxes complètement différentes, on retrouve un minimum de grandes fonctions et relations syntaxiques communes, cela serait un grand apport à la théorie de traduction (Mounin, 1963 p. 253).

Un type d'universaux syntaxiques que propose Louis Hjelmslev se caractérise par les relations de termes : a) une liaison syntaxique par la détermination (l'un présuppose l'autre sans réciprocité) et ; b) la constellation qui indique la compatibilité de deux mots mais aucun ne présuppose l'autre contrairement à ; c) l'interdépendance qui stipule le contraire (les deux mots sont interdépendants) (Hjelmslev, 1953, pp.14-15 cité in ibid., p. 252). Chomsky intervient à un autre niveau en créant à partir des phrases simples une grammaire transformationnelle par formalisme mathématique (Mounin, 1963, p. 254) ; la théorie de Chomsky suppose qu'on dispose, dès l'enfance dans notre patrimoine génétique, d'une faculté innée du langage laquelle nous permet *de reconnaître quelques principes d'organisation communs entre les langues du monde, en dépit de matériaux phonologiques, grammaticaux et lexicaux très divers* (cf. Jacques, 2015, p. 29) tandis que Nida distingue dans les langues du monde quatre grands axes : *parties du discours, mots pour objets, mots pour évènements, abstraits, modificateurs de premières classes et relationnels* (cf. Mounin, 1963, p. 255).

Les *universaux culturels* englobent tous les phénomènes culturels du monde et leur similitude plus ou moins superficielle. Burt et Ethel Aginsky voient que les aspects des cultures incluant le langage, la technologie, la religion, l'éducation et le pouvoir se rencontrent dans toutes les cultures. Plusieurs détails spécifiques de cultures sont eux aussi universels : ces détails comprennent le feu, le levier, la numération, l'inceste, le tabou etc. (Burt et Ethel Aginsky, 1948, p.168, cité par Mounin, 1963, p. 214) ; la nomination des couleurs dégageant une technologie de teinture fait partie des *universaux technologiques*, les couleurs malgré leurs divergences et ce qu'elles peuvent connoter d'une culture à l'autre perdent leur étrangeté psychologique quand elles sont examinées à la lumière des universaux technologiques ; elles inspirent au premier plan que les visions du monde ne sont pas incommunicables : lorsqu'elles

se réfèrent à quelque chose de tangible dans le monde extérieur : *« elles permettent toujours de saisir un minimum invariant de significations dénotatives qui peut toujours être transmis de langue en langue. »* (Mounin, 1963, p. 215). Sur le plan social et si l'on intègre l'étude des universaux à la relation langue – aire culturelle, la convergence des faits culturels au sein de la communauté européenne reflète au premier plan des convergences linguistiques ; les faits linguistiques européens témoignent de l'unité de l'Europe comme aire culturelle. La civilisation a une influence sur la psychologie des peuples. Martinet parle de convergence des langues des pays dits civilisés (Bally, 1930, pp. 22-23, in : ibid., p. 216) ; « *les progrès des relations culturelles ont sans doute rapproché les langues occidentales de l'Europe au point qu'on peut souvent passer d'une langue à l'autre par une simple transposition de vocabulaire en traduisant mot pour mot »* (Vendryes, 1946, p.116 cité in ibid., p.217). Si une telle facilité est possible c'est parce que le corpus du vocabulaire commun à toutes les langues européennes le permet. Cette homogénéité s'inscrit aussi dans l'histoire culturelle de l'Europe depuis les économies agraires jusqu'au capitalisme industriel moderne. Hormis le fait que la multiplicité des langues, les cas du bilinguisme ou du trilinguisme au sein d'un même pays et les formes d'interférences linguistiques ont caractérisé depuis fort longtemps les langues européennes par le contact, ce qui a été constaté par les linguistes [25] (Cf. Hagège, 1996, Chap. XII ; 1992, p.137). Ensuite, les contacts des langues au sein de l'espace européen sont devenus si complexes qu'ils ont échappé à toute description et définition (Guiraud, 1956, p.284, cité par Mounin, 1963, p. 219), la traduction est restée possible et a réfuté le point de vue excluant toute traduction en avançant les différences entre systèmes : *« La convergence de la communauté culturelle est déjà un argument de poids quant à la possibilité de traduire en dépit du fait que les systèmes linguistiques soient incommensurables. »* (Cf. Mounin, 1963, p. 217). Cette convergence culturelle s'est même étendue à l'échelle mondiale avec l'interculturalité grâce à la fusion de l'information et la communication à travers le monde laquelle s'est nettement améliorée, ce qui a permis également de briser l'isolement dans les cultures les plus éloignées (Burt et Ethel Aginsky, 1948, p.168, cité in ibid., p.220) Martinet, lui, décrit les conditions qui ont amené *« les faits linguistiques »* comme moyens propices à la mise en place d'une langue mondiale :

> Il s'agit d'une langue artificielle universelle auxiliaire (la culture), d'assurer les rapports linguistiques entre les gens de la même civilisation, ou qui ont atteint un degré d'évolution pratiquement identique…Une langue commune complète suppose un large fonds commun de… civilisation […] c'est pour cette forme

[25] Selon Claude Hagèg**e,** déjà en 1992 l'Europe connaissait une soixantaine de langues parlées par 620 millions de personnes sur une superficie de 10 200 000 km^2, la diversité des langues européennes témoignent de la volonté des hommes à étendre les parlers ; les langues, tout comme les êtres humains, sont des « espèces vivantes » qui tendent à proliférer sans l'apparence d'un projet cohérent qui en organise la turbulence, elles ont été façonnées par le pouvoir intellectuel et par les conjonctures économiques et politiques.

> de civilisation qu'on cherche aujourd'hui une langue commune et si cette langue doit être une langue mondiale c'est que cette forme de civilisation tend aujourd'hui à être mondiale (Ibid., p. 220).

Pour conclure, les arguments de l'incommensurabilité entre les langues et les cultures, la vision du monde et le relativisme linguistique sont des formes *radicalisées* de la diversité. La mondialisation et la multiplication des études descriptives et comparatistes des langues et des cultures font qu'aujourd'hui il est inimaginable qu'on ne puisse pas traduire. Nicole Delbecque estime qu'en théorie, il n'y a aucun concept culturellement spécifique qui ne puisse pas être rendu accessible aux non-initiés : il suffit de décomposer à l'aide des primitifs sémantiques universels pour en faire une configuration traduisible ; la technique de la paraphrase réductrice devient un outil pratique non négligeable dans la communication interculturelle. Pour comprendre en profondeur les propriétés de chaque langue qu'on étudie, il faut privilégier l'immersion totale dans cette langue en gardant à l'esprit qu'on rend visite à tout un peuple, dans une entité sociale, dans un espace rempli de symboles et c'est à partir de là qu'on comprend le fonctionnement de cette langue (cf. Delbecque, 2006, p. 185). Les langues sont traductibles et la traduction suppose une forte homologie ; toutes les langues remplissent les mêmes fonctions : une fonction communicative, matérialisent la conception de la pensée, elles ont une fonction expressive qui se manifeste dans l'esthétique et dans la littérature. En outre, les langues fonctionnent communément sur des principes universels : elles partagent des opérations et des propriétés qui dérivent de la fonction même du langage et de la pensée (cf. Martin, 2014, p. 844). À notre sens, le relativisme linguistique est aux antipodes des stratégies des langues mises en œuvre dans le cadre de la mondialisation aujourd'hui. S'il reste concerné par l'étude de certaines langues qui ne sont pas encore vraisemblablement connues, l'universalisation de la vie humaine en général par des facteurs bien connus comme l'immigration dans tous ses états, la facilité d'accès à internet, la démocratisation des congés, la cosmopolitisation des villes, la transformation digitale, l'internationalisation économique et celles des arts, l'émergence des grands pôles de production de gestion et de distribution de produits évènementiels (manifestations sportives, concerts et festivals) et bien d'autres facteurs ont rendu ce monde si facile à parcourir à tel point que l'enjeu de la traduction n'est pas interculturel ou linguistique mais il concerne la survie du métier en tant que [processus naturel de transfert du langage] face aux défis de l'automatisme et les prouesses de l'ingénierie linguistique. Georges Mounin anticipait déjà cela en 1963 :

> Cette « Planétisation » de l'espace humaine, cette « noosphère » qui paraît encore aujourd'hui science-fiction, philosophique, magie de savant, visionnaire un peu trop poète, demain sera le chapitre introductif presque banal, de tous les traités. Depuis longtemps, sans doute le groupe humain a réussi à couvrir la face

> de la terre et depuis longtemps aussi, cette ubiquité zoologique tend à se muer en totalité organique (Mounin, 1963, p. 222).

L'incommensurabilité en traduction est donc un dogme erroné dans les études de la traduction, un raisonnement absurde, il y a toujours quelque chose de commun à tirer des différences à l'exception des concepts pouvant être totalement identiques. (cf. Suchet, 2009, p. 50) ; l'idée contraste avec la démarche moderne laquelle préconise une réflexion sur d'autres défis dont le plus crucial est la mécanisation du langage et l'association de l'intelligence artificielle dans l'automatisation de la communication pour des fins commerciales (traduction automatique) (Léon, 2000), il n'est plus question de discuter autour du fait de ne plus pouvoir traduire tel mot, tel concept, ou telle expression, pour les besoins de la communication, l'intraduisible se trouve domestiqué d'un espace social à un autre, transposé tel qu'il est d'une langue à l'autre par les processus d'emprunt de masse qui constituent avec l'écriture ethnographique et le discours subversif postcolonial les traits les plus caractérisants de l'interculturalité.

2.3.5.2 La traduction comme négociation

La négociation peut être définie comme une confrontation de personnes ou de groupes pour un motif plus ou moins commun, *« un dialogue centré sur un problème à résoudre et visant une décision conjointe »* (Stimec, 2011, p. 10) ; c'est un concept intellectuel incontournable que l'on trouve dans n'importe quel contexte de relation humaine (dans la politique, dans les affaires économiques, dans l'interculturalité, dans la diplomatie etc.), c'est un terrain de partage d'opinions plus ou moins divergentes supposées donner lieu à un compromis (cf. Medhat-Lecocq, 2012, p. 214), un moyen d'être en relation par l'interaction humaine et une modalité de gestion du conflit qui peut prendre plusieurs formes, qui toutes, ont leurs intérêts et leurs spécificités, et qui, chacune, permettent de mieux connaître cet objet complexe qu'est le processus de négociation (cf. Barth et Bobot, 2010, p. 8). La négociation se conjugue par un effort de transiger sur les différences afin de parvenir à un accord généralement par écrit sur un problème donné. En diplomatie, elle suit la chaîne logique : *préparation, discussion et conclusion* d'un accord entre deux États et en tant que telle, c'est la partie la plus importante de l'activité diplomatique mais elle n'englobe pas tous ses aspects (cf. Aguiar et Nhouyvanisvong, 2010, pp. 15-20).

Dans la problématique de la traduction, la négociation est un argument de plus contre l'impossibilité de traduire, elle peut être assimilée à plusieurs contextes, cela peut être aussi bien dans l'opération traduisante qu'en dehors de celle-ci.

Dans la pédagogie de la traduction, la négociation suppose que l'on se débarrasse des méthodes obsolètes de formation dans la discipline[26] grâce à la mise en place d'une pédagogie raisonnée qui est nécessaire afin de faire comprendre aux étudiants la complexité de l'opération traduisante tout en leur enseignant les langues ; la négociation prend alors la forme d'un compromis didactique entre ce qui est élémentaire, qui concerne la consolidation des acquis, un renforcement du profil académique et ce qui est utile pour la valeur intrinsèque du futur traducteur professionnel et pour sa capacité à répondre aux exigences hors université. De ce fait, la négociation s'articule également entre *« le désapprentissage »* du *« trop intensif »* linguistique et l'orientation vers un enseignement de traduction, qui rentre dans l'acte de communication, qui met le traducteur en lien avec un ou plusieurs *« initiateurs de commande »*, une compétence traductive couvre alors cette négociation qui prend la forme d'un contrat : l'initiateur de commande a besoin de cette compétence pour son projet, et le traducteur à chaque évènement a la possibilité d'étendre son réseau. Le concept de négociation est un concept-clé puisque le traducteur se trouve au cœur d'un processus complexe d'échanges qui dépasse largement le simple rapport au texte d'origine et aux deux langues mises en jeux ; en ce sens, la traduction rentre dans une économie d'échanges linguistiques pour reprendre les termes de Pierre Bourdieu ; elle est la fois un processus, un produit, qui a un consommateur, un maître d'ouvrage, et qui a son propre marché (cf. Lavault, 1998, [résum] pp. de 79 à 85). En sociolinguistique, la négociation peut être assimilée à la « médiation » et à l'*« intelligibilité mutuelle »* qui sont tous deux des critères d'étude sur l'intercompréhension entre deux communautés (cf. Moreau, 1997, p. 177). La négociation fait également partie du quotidien de la traduction professionnelle puisqu'elle réunit traducteurs, réviseurs, terminologues, des écrivains et même des clients ayant des profils particuliers auxquels on fait souvent appel en tant que réviseurs pour des œuvres littéraires dans leurs langues. Cependant une seule personne, en l'occurrence un traducteur chevronné sera responsable de la version finale d'une traduction (cf. Newmark, 1988, intro).

Umberto Eco voit dans la négociation une tentative de franchir les obstacles de l'incommensurabilité des systèmes et de manière métaphorique : négocier avec l'intraduisible qui résiste à toutes les manœuvres traductives dans certains contextes. Elle porte sur le fait de minimiser les pertes de sens et de les compenser quand c'est possible. C'est un compromis philosophique qui permet la résolution de plusieurs problèmes de traduction. Ce concept est

[26] L'apprentissage du vocabulaire, le mot à mot, le choix de certains exercices de thème et version, les exercices d'extraction terminologique etc. ne sont que des petites initiations à la maitrise linguistique, la traduction relève plutôt d'un maniement du langage, la négociation de la formation en traduction devrait être fondée sur la réflexion sur des faits de la traduction et non sur l'empirisme linguistique (exercices de traduction en masse dans divers contextes).

important dans la mesure où l'on négocie toujours au quotidien les significations que nous attribuons à nos expressions (Eco, 2006, p. 109). En traduction littéraire, il estime qu'un traducteur débute sa négociation en sélectionnant une série d'équivalents susceptibles de renvoyer à un terme ou à un concept qui n'ont pas d'existence dans une autre culture et qu'il est donc obligé de choisir un terme dans une logique de négociation dans sa traduction *et en renonçant également à certaines propriétés et ne sauvant que celles qui sont importantes pour le contexte »* (cf. Sourbier et Thuderoz, 2010, p. 38), Umberto Eco se dit également satisfait d'un tel processus parce qu'en traduction et particulièrement dans le cas d'un transfert interculturel ou même dans une traduction spécialisée on part d'un certain déséquilibre soit dans la forme soit dans le contenu. Tel est le cas d'une figure de style d'une langue, ou d'une métaphore, qui doivent être repensées différemment dans une autre et le cas du syllogisme juridique qui a sa propre structuration dans une langue lequel doit être également reformulé suivant une autre logique de rédaction.

> La négociation n'est pas toujours une tractation qui distribue avec équité pertes et profits entre les parties en jeu. Je peux juger acceptable une négociation où j'ai concédé à la partie adverse plus que ce qu'elle m'a concédé et pourtant, vu mon propos initial et sachant que je partais nettement désavantagé, m'estimer satisfait quand même » (Eco, 2006, p.117).

Par le simple fait de distinguer deux situations : *« un chat qui traverse la rue »* et *« un chien qui traverse la rue »*, ou qu'un édifice de deux étages est une maison et qu'un autre de cent est un gratte-ciel, cela démontre que ce sont des déductions émanant d'un processus relatif à un consensus intersubjectif dans la reconnaissance des objets extérieurs. C'est là le premier critère des différentes perceptions du monde. Lorsqu'on discute à propos de n'importe quel sujet, chacun convoque son processus subjectif relatif à un schéma mental qui le caractérise. Qu'ils se ressemblent ou pas au sein d'une même communauté, il est intéressant, dans une perspective traductologique, de réfléchir à propos des schémas mentaux des individus réagissant aux mots ou aux phrases qui décrivent la réalité ou qui la *« traduisent »* (Ibid., p. 109).

En ce sens, Umberto Eco introduit deux types cognitifs comme un ensemble d'interprétations permettant d'expliquer un objet, un animal, ou toute substance matérielle visible dans la nature. Le contenu nucléaire est visible, tangible, confortable avec la pensée parce qu'il est physiquement exprimé au moyen de ce type cognitif par des sons et, si nécessaire, des images, des gestes, voire des sculptures en bronze. Il se présente sous forme d'un savoir basique, superficiel, identifiable par tout individu sans obligation de faire appel à des qualités requises élémentaires ou des connaissances restreintes pour reconnaître un objet donné ou comprendre un concept ou l'expression linguistique correspondante (Ibid.).

Le contenu molaire est une *« compétence élargie »* qui dépasse les notions minimales dudit objet et qui nécessite un bagage encyclopédique qui permet d'éclairer au mieux le contenu nucléaire. À la lumière de ces deux contenus, Eco établit sa méthode de négociation en traduction par rapport aux contenus nucléaire ou molaire des termes.

Ces deux notions très originales enrichissent le débat sur l'interprétation en général, mais elles révèlent également les questions de pertes de sens que peuvent engendrer les équivalences de certains mots ayant un poids culturel pour une société, ceux-ci n'étant pas naturellement perçus de la même manière dans une autre ; il s'agit ici comme l'explique, Eco d'examiner toute la situation d'énonciation dans un texte ou dans n'importe quel document pour traduire un contenu nucléaire en langue *« A »* par un autre contenu nucléaire en langue *« B »* ou vice versa, l'origine du problème, rappelle Eco, est qu'on ne connaît pas la nature des schémas mentaux des personnes quand elles décrivent inconsciemment des objets extérieurs (Eco, 2006, p. 109) et encore moins les personnes qui ne parlent pas la même langue que nous.

> À partir de là, découlent plusieurs problématiques relatives au processus inférentiel, à la connotation : un traducteur traduit des textes, et, après avoir clarifié le contenu nucléaire d'un terme, il peut décider, par fidélité aux intentions du texte, de négocier d'importantes violations d'un principe abstrait de littéralité (Ibid., p. 114).

Dans la traduction de la peste d'Albert Camus, l'interprétation du mot *« rat »* ne pose pas de problèmes, car les mots *« rat »*, *« ratto »* et « جرذ » évoquent le même contenu nucléaire chez les lecteurs arabe, français et italien. Il en est tout autrement dans des situations où un mot comme *chaumière* aura comme équivalent en arabe كوخ من قش que nous jugeons comme traduction par description sémiologique puisque le référent commun ici est le sème *chaux*. Pour améliorer cette équivalence, on peut parcourir les champs lexicaux correspondant à chaumière et à un équivalent provisoire dans l'autre langue (en l'occurrence l'arabe) et, à travers cette démarche de correspondance entre champs lexicaux et leurs constituants, dégager un équivalent plus pertinent et ce n'est pas le cas de l'équivalent كوخ *[kūḫ]* puisqu'il prive la chaumière de ses attributs de commodité, voire même de sa valeur architecturale esthétique, كوخ *[kūḫ]* renvoie plutôt à un coin refuge ou à une cabane, par conséquent, l'on traduira chaumière par منزل ريفي*[manzil rîfî]* ou par بيت مسقوف بالقش *[bayt masqûf bil qaš]* et dans les deux cas, la perte dans cette traduction est une perte formelle puisqu'il est impossible de trouver un équivalent en un seul vocable au mot chaumière et l'on pourrait interpréter la paraphrase comme une récupération des attributs de la chaumière par une traduction descriptive, cette démarche est préconisée dans la majorité des cas surtout en traduction spécialisée, ou dans la traduction de

différents textes dans lesquels il y abondamment de description relative à la culture matérielle qui pose des problèmes de référence sémiotique.

Lorsqu'on traduit en arabe la phrase suivante : « *Le bateau X sera opérationnel sous pavillon français à compter de … »*[27] La problématique de la traduction concerne le mot pavillon. L'expression mettre sous pavillon relève du droit maritime en vertu duquel, un bateau étranger, afin qu'il soit en mesure de naviguer librement en haute mer pour des motifs commerciaux ou autres et selon le type et le champ d'intervention, doit être soumis à une procédure d'immatriculation légale dans le pays d'accueil ; cette même expression est traduite en arabe par تجنيس ou en anglais *« shipping under a country flag ».* Dans cet exemple la correspondance entre « *tajnîs »*, « *shipping under the flag »* et mise sous pavillon laisse entrevoir un certain déséquilibre au niveau de la pertinence terminologique. L'équivalent arabe semble plus générique et peut être littéralement traduit par naturalisation qui est un terme applicable à la fois aux individus et aux procédures d'acquisition de marchandises, d'appareils ou d'équipements spécifiques. Par conséquent cet exemple illustre une perte de contenu, puisque la correspondance *tajnîs* ↔ *mise sous pavillon* est une correspondance entre un terme appartenant à un contenu molaire avec un terme appartenant à un contenu nucléaire. C'est un cas dans lequel on a une richesse terminologique dans un domaine précis d'un côté et de l'autre, non pas *« une pauvreté »,* mais une insuffisance terminologique et un manque de réinvestissement lexical et conceptuel susceptibles de revitaliser la langue. La richesse terminologique d'une langue a deux sources : un recyclage de termes anciens empruntés à la grammaire et à la logique de l'Antiquité et à la création de néologismes pour solutionner les déficits terminologiques (cf. Boulanger, 2003, p. 397).

Il y a des domaines trop complexes à soumettre à l'exercice de traduction comme la poésie où le transfert interlingual prend une allure particulière : se rendre étranger à soi-même et convoquer « l'étranger » c'est-à-dire ce qui nous est donné comme matière à traduire et essayer de se retrouver avec lui sur un lieu intermédiaire, sur un *no man's land* où tout est susceptible d'être créé avec l'échange à la base d'une reconnaissance mutuelle dans une espèce de va-et-vient. Dans ce sillage, le traducteur se distingue avec le prix de sauveur de l'humanité parce qu'il triomphe des écueils de certaines caractéristiques séparatrices des langues, il est porteur d'une mission : celle d'établir des ponts entre les langues donc entre les peuples et les civilisations (cf. Gérard, 2015).

[27] Dans le traité de droit maritime français de 1910 élaboré par Daniel Danjon, *la mise sous pavillon* est également synonyme d'un *acte de francisation*, lequel signifie acquisition d'un navire et son exploitation selon la loi française, on parle également d'une francisation provisoire si le navire ne se trouve pas sur les eaux françaises pour qu'il soit légalement possible de l'acheminer en France avant de lui attribuer une francisation définitive.

La négociation rentre également dans le foisonnement littéraire dans le sens où il est devenu primordial de partager le savoir intellectuel à l'échelle mondiale. Il s'est développé un genre de *commerce intellectuel* lequel avait été auparavant l'affaire d'un petit nombre de savants, mais actuellement et suite au développement de l'industrie et du commerce avec l'évolution des moyens de transports et de communication, les barrières qui séparent les peuples sont désormais détruites (cf. Kurt, 2007. Chap**.** 8, §1). Le rôle du traducteur en tant que médiateur est mis en exergue à travers son aptitude à se positionner dans ce commerce intellectuel universel sous l'impulsion d'une mondialisation qui a exigé depuis longtemps une universalisation de la littérature qui tend à rapprocher les peuples (Ibid. p. 94). Une littérature quelconque finirait par s'ennuyer en elle-même si elle n'est pas assez diffusée ou si elle n'est pas regénérée par une participation étrangère (cf. ibid., p. 98). La traduction constitue cette participation étrangère sous l'angle de la négociation et de la médiation comme vecteurs de transfert culturel.

On négocie d'abord sur les références culturelles d'une langue en traduisant dans une autre. En ce sens, on peut parler d'une culture émettrice et d'une culture réceptrice qui influencent certaines méthodes de traduction ou aident à en forger d'autres ; *l'accueil des œuvres littéraires dans un autre contexte culturel et surtout dans une autre aire linguistique a été un sujet de recherche classique de la littérature comparée. Le concept de base notamment dans le domaine français a été celui de l'influence de l'auteur d'une œuvre ou d'un ensemble d'œuvres* (Ibid., p. 96).

La négociation en traduction littéraire est un exercice de grande importance, c'est comme si l'on marchait vers la création d'un exploit (traduire une œuvre quelconque est une démarche plutôt aventurière et pas facile contrairement à un traitement d'un texte scientifique qui nous pousse à suivre une voie pragmatique pure en cherchant des équivalents techniques pertinents), de repérer les sensibilités du texte source et en évoquer d'autres qui puissent avoir les mêmes effets chez le lecteur potentiel. En ce sens, *la traduction devient un procès transculturel, un acte de création émanant d'une réflexion créatrice* (cf. Leinen, 2007, p. 142). Dans la négociation interculturelle, on se heurte à une multitude de problèmes, parmi lesquels il y a ceux qui sont relevés dans le contexte. La littérature postcoloniale par exemple touche essentiellement au rapport de l'altérité dans le discours et le traitement de l'idiome principal comme instrument de communication interculturelle. On peut y évoquer à titre d'exemple la problématique de la traduction de termes dits *« hybrides »* qui voyagent d'une culture à une autre et qui subissent une sorte d'aliénation de leurs significations originelles pour cause d'interinfluence culturelle. *Caïd* : de l'arabe قائد *(qāʾid),* fait partie d'un grand ensemble de mots ayant subi un glissement sémantique une fois transposés dans une autre langue alors qu'il signifie tout simplement *chef* en arabe, en français c'est un terme péjoratif attribué aux chefs de bandes de brigands et de voyous, une connotation négative qui nous éclaire sur le principal souci de chercher à

comprendre que les réalités culturelles peuvent être décalées voire mal interprétées. La traduction de certains mots ou expressions provenant d'un autre foyer culturel arabe, révèle des insuffisances culturelles et sémantiques : à quelle réalité culturelle, le mot *fondouk* que l'on trouve dans plusieurs romans, essais et d'autres documents traitant de la culture maghrébine renvoie-t-il ? ; tantôt *hôtel,* tantôt *caravansérail,* le sens ne peut être distingué qu'à partir d'une étude de contexte et la dimension spatiale qu'offre la lecture du passage concerné par le mot. La configuration culturelle du mot n'a pas un équivalent en langue étrangère, c'est pourquoi il voyage pour se représenter lui-même dans d'autres langues dans d'autres cultures comme emprunt à cause de son caractère intraduisible.

L'on se heurte réellement aux connotations culturelles des mots et à leurs pouvoirs évocateurs, un traducteur en milieu culturel est soit sanctionné soit récompensé à travers les décisions après de longues *négociations* sur les tournures qu'il prend en matière de création et d'habilité à manier le langage. Michel Espagne estime qu'un transfert culturel est une sorte de traduction puisqu'il correspond au passage d'un code à un nouveau code. Or si les habitudes sociales, au sens le plus large du terme, constituent bien des codes culturels, la langue reste le code paradigmatique. L'histoire des traductions, aussi bien au sens propre qu'au sens figuré est donc un élément important des enquêtes sur les passages entre cultures (cf. Michel Espagne cité par Schreiber, 2007, Chap. 14. §2).

Lorsqu'on analyse astucieusement le transfert culturel, on prend en considération les facteurs susceptibles de créer des problématiques de traduction et ceux-ci se manifestent à travers des unités microstructurales et macrostructurales ; les unités microstructurales concernent surtout le lexique et en particulier les termes renvoyant à ce que Mary Snell Hornby appelle des *realia* (réalités culturelles). Les unités macrostructurales comportent les conventions propres aux divers types de texte et les conventions, modalités culturelles de rédaction (Schreiber, 2007, p. 186). La spécificité culturelle de n'importe quel texte littéraire à traduire est le premier élément qui frappe un traducteur et c'est le tout premier critère duquel on part dans la négociation.

Pour conclure, on dira qu'aucune théorie ne gagne jamais rien si elle nie les faits qui la gênent. En ce sens, la théorie de traduction doit prendre en compte ces faits qui semblent lui barrer la route. Chaque langue contient, préfabrique, impose à ses locuteurs une certaine manière de regarder le monde, d'analyser l'expérience que nous avons du monde. Une langue change moins vite que l'expérience sur le monde (ce qui explique la résistance du lexique à la structuration), mais ces changements ne se répercutent pas uniquement que sur la langue (Mounin, 1963, pp. 270-273). Quant à la résolution des problèmes d'intraduisibilité, elle peut être décrite comme suit :

L'expérience personnelle reste incommunicable par rapport à son unicité. En théorie, les unités de base, phonèmes, monèmes, traits de syntaxe de deux langues ne sont pas toujours incommensurables. Cependant, par référence aux situations partagées par le locuteur et l'auditeur ou par l'auteur et le traducteur, la communication reste possible. La linguistique contemporaine aboutit à définir la traduction comme une opération, relative dans son succès variable dans les niveaux de la communication qu'elle atteint (ibid., pp. 277-278).

Première partie

Chapitre Deuxième : Théories de la traduction

3 Théories de la traduction

3.1 Le premier niveau du processus (niveau linguistique)

La théorie linguistique de la traduction s'inscrit dans le prolongement du structuralisme (Durieux, 2009, p. 351) qui est un courant majeur de la vie intellectuelle du XXe siècle. Ce mouvement de pensée a investi les phénomènes de la langue durant une vingtaine d'années (entre 1950 et 1970) (cf. Dekens, 2015, p. 5).

Le structuralisme couvre non seulement la linguistique mais aussi les autres disciplines connexes comme la sociologie, l'anthropologie, la psychologie, l'économie, l'histoire, la littérature et la philosophie ; on voyait dans le concept de structure, un enjeu de pensée non seulement interdisciplinaire ou transdisciplinaire mais aussi « philosophique » ; ce concept a émergé à partir des années 1920 essentiellement en Europe et aux États-Unis, le point de vue structural dans ses différentes versions dominera l'avant-garde des recherches linguistiques jusqu'à l'aube des années 1960 (cf. *Encyclopaedia Universalis*, 2015, pp. 355-357).

Ses précurseurs comme Ferdinand de Saussure, Charles Bally, André Martinet, Louis Hjemslev, Troubetskoï, Roman Jakobson et Émile Benveniste et autres, postulent que le langage est un système dont le fonctionnement est basé sur des relations identifiables et stabilisées entre des éléments de base en nombre fini. L'ensemble forme un ordre structural lequel se caractérise par un jeu de différences et d'analogie entre des signifiants et des signifiés, des signes acoustiques et des concepts. La conviction des structuralistes porte sur le fait que la linguistique a cerné la totalité des produits de la culture et tous les phénomènes humains ; il y a structuralisme à partir du moment où trois positions conceptuelles sont posées ensemble : la langue est un système ; tout en l'homme fonctionne comme une langue ; en conséquence, l'ordre linguistique constitue le paradigme d'analyse à utiliser, à l'exclusion de tout autre, par les sciences humaines, ce qui caractérise la vision systémique du structuralisme, c'est la logique de conversion d'un non-dit au dit ; l'homme produit un monde structural qui copie en un sens le monde réel en le faisant parler, il rend visible ce qu'on ne voit pas, le structuralisme peut être une activité d'imitation (Dekens, 2015, pp. **7**-10).

Pour Claude Levi Strauss, le caractère système constitue l'objet des sciences dites structurales : mathématiques, physique, chimie etc. mais si l'on définit autrement le structuralisme, il réunit des systèmes des signes sous forme d'un tout ensemble dont un élément ne peut être modifié sans entraîner une modification de tous les autres, son instrument est la construction de modèles dont la loi de leur intelligibilité résulte des groupes de transformation commandant l'équivalence entre ces modèles et présidant à leurs emboîtement. Tout ce qui touche à l'idée de structure, en d'autres termes, à l'une des grandes « formes » de la raison

tomberait, sous l'étiquette du structuralisme et il faudrait commencer aux mathématiques pour descendre à travers, physique, chimie, biologie… (cf. Todorov, 1968, pp. 10-11).

Le structuralisme linguistique se caractérise par une attention portée au signifiant phonique et sa réflexion sur la forme dans les phénomènes linguistiques ; il forme une organisation régulière : on peut déceler dans la structure linguistique la répartition des mots en parties du discours (verbes, noms, articles, etc.), les catégories s'emboitent hiérarchiquement en s'ajustant rigoureusement dans une classification systématique (hiérarchie grammaticale, système lexical etc.), le nom se subdivise en nom propre et nom commun, l'article en défini et indéfini ; une telle organisation est constatée au niveau de l'énoncé, les mots se présentent en groupes de mots eux-mêmes réunis en propositions qui se combinent pour composer la phrase. *La linguistique s'arrête à la phrase, c'est la dernière unité dont elle estime avoir le droit de s'occuper* estime Rolland Barthes dans son introduction à l'analyse structurale des récits (Barthes, 1966, p. 3), l'aspect linéaire des mots dans la phrase suit la succession naturelle des idées dans l'esprit ; dans une langue comme le français la succession sujet → verbe → complément marque le début de la proposition parce que le sujet considère la chose devant être jugée avant de porter sur elle un jugement. C'est à travers cette analyse logique qu'on peut lire superficiellement une suite de mots ; la grammaire se présente comme un code qui facilite le déchiffrage d'un plan, une construction, on peut considérer la phrase comme un petit prototype de texte, qui représente une macrostructure. Umberto Eco écrit que dans le climat structuraliste, on privilégie l'analyse du texte *« en tant qu'objet doté de caractères structuraux propres, descriptibles grâce à un formalisme plus ou moins rigoureux »* (Eco, 1992, p. 23). Entre langue et pensée, le structuralisme linguistique privilégie plutôt la langue, celle-ci devient la représentation formelle de ce que l'on dit ; il s'occupe notamment de son volet descriptif (phonème, morphème, syntagme, phrase, etc.), son orientation synchronique s'articule autour de l'état d'une langue et à partir du fait que les individus ou *« sujets parlants »* obéissent aux contraintes structurales de la langue utilisée et ignorent les lois qui régissent son évolution dans le temps (diachronie) ; le fait que le signe arbitraire soit défini comme une unité indissociable du signifiant et du signifié – ce qui exclut le référent – le linguiste n'a pas affaire à une réalité extérieure à la langue ou aux états mentaux des locuteurs, il convoque plutôt la conception par effet de structure et la forme, elle, est antérieure à tout contenu. En ce sens, la phrase fait jaillir l'idée en image ; l'énoncé constitue le reflet de la proposition qu'il formule. La relation pensée-langue peut être décrite comme l'essence de la substance phonique qui tend à prouver son existence dans le monde que la langue et le langage dotent d'une forme ; la construction d'une phrase donnée est basée sur l'ordre de la pensée laquelle est à son tour composée de jugements divers. Ce qu'il y a de « structural » à démontrer ici c'est que les noms, les adjectifs et les

verbes, correspondent aux notions de substance, de qualité, de copule (cf. Todorov, 1968, Résum pp. 16,17,18 et 19).

Jean Piaget définit le mot structure comme un système de transformation comportant des lois qui constituent un autre système…, qui se conserve ou s'enrichit par le jeu même de ces transformations, sans que celles-ci butent dans le développement hors de ses frontières ou fassent appel à des éléments extérieurs, Jean Piaget pose trois grands critères définitoires : a) totalité, b) transformation ; c) autoréglage (Piaget, 1972, p. 7).

La notion de totalité concerne les éléments de la structure lesquels à leur tour sont organisés autour des lois de composition ; ces éléments ne sont pas agencés par cumulation, ils sont interdépendants par rapport à un tout, ils ne peuvent pas exister isolément, ils forment plutôt une propriété structurale c'est-à-dire des *« groupes »* ou des *« corps ».* La transformation, quant à elle, est propre aux modes opératoires des éléments du système, en linguistique structurale par exemple, le système synchronique (l'état actuel d'une langue) n'est pas immobile, il refoule ou accepte les innovations en fonction des besoins déterminés par les oppositions ou liaisons du système ; l'autoréglage fait référence à la qualité des éléments de se régler eux-mêmes et cet autoréglage entraîne leur conservation et une certaine fermeture en une sorte de bloc monolithique (Cf. Piaget, 1972 Résum pp. 9-11-13-14).

C'est autour de l'influence du structuralisme sur la linguistique, laquelle s'étant bifurquée à son tour en une linguistique structurale, que les premières théories linguistiques de traduction ont émergé ; les problématiques étaient naturellement du ressort de la linguistique qui est une discipline suffisamment étoffée et qui a souvent été présentée comme une discipline pilote dans les sciences sociales et qui a bénéficié d'une audience plus large dès 1950 (Mounin, 1976, p. 66). Elle a été un outil formidable pour expérimenter la situation des langues en contacts. Les linguistes se sont penchés plus précisément sur les rapports entre langue de départ et langue d'arrivée du point de vue de ce qu'elles désignent comme réalité du monde extérieur (comment elles le décrivent) et de ce fait, le traducteur n'est pas vraiment impliqué dans la réflexion ni dans l'opération (Gile, 2005, p. 238) ; la traduction servait uniquement comme appareil d'investigation pour la linguistique structurale qui s'occupait de la confrontation entre systèmes ou entre des parties de systèmes comme la morphologie, la syntaxe ou le lexique : *« Bilingue par définition, le traducteur est bien sans contestation possible un lieu de contact entre deux ou plusieurs langues employées alternativement par le même individu même si le sens dans lequel il emploie alternativement les deux langues est, alors, un peu particulier »* (Mounin, 1963, p. 4).

Si le bilinguisme est une réalité linguistique, son étude permet de dresser un panorama sur le jeu de structures dans les langues et donc, grâce à la traduction, de baliser les interférences linguistiques relevées à partir de quelques situations, à la lumière de ce que disait Mounin :

> Qu'au lieu de considérer les opérations de traduction comme un moyen d'éclairer certains problèmes de la linguistique générale, on peut se proposer l'inverse au moins comme point de départ : que la linguistique et notamment la linguistique contemporaine structurale et fonctionnelle éclaire pour les traducteurs eux-mêmes les problèmes de traduction (Ibid., p. 7)

En plus du critère majeur servant à démontrer l'incommensurabilité entre les systèmes linguistiques à travers des arguments polémiques contre la traduction, notamment à travers la constatation sur le terrain de son incapacité à rendre la perfection d'une langue, son génie, sa littérature et sa poésie (Mounin, 2016, p. 15), la linguistique en tant qu'étude scientifique de la langue a étudié primairement la nature des langues et a fourni un ensemble d'outils de conceptualisation et des possibilités méthodologiques (Larose, 1992, préf.), et bien qu'elle s'intéresse à la communication humaine en révélant des difficultés de traduction sur le plan « structure », elle se suggère comme cadre de référence essentiel avec lequel on résout les problèmes théoriques de la traduction.

En effet, les linguistes structuralistes à travers leurs travaux sur le lexique, sur la morphologie et sur la syntaxe estiment que la traduction est une opération sans issue sur le plan objectif. Cependant, Mounin reconnaît qu'elle ne peut se contenter du statut de discipline appliquée aux expériences des langues et du langage lorsqu'on analyse une structure d'une langue donnée ou quand on procède au comparatisme linguistique pour résoudre un problème quelconque et donc, vue sous cet angle, elle serait une opération linguistique seulement pour les motifs pour lesquels elle aura été fondée et devrait assumer pleinement son statut avec les sciences du langage. Il en résulte donc une sorte de compromis entre la linguistique et la traduction : la linguistique offre à la traduction le statut supposé, c'est-à-dire un cadre nécessaire à sa reconnaissance en tant que discipline plus ou moins indépendante et la traduction en contrepartie trouvera dans la linguistique le réservoir inépuisable pour ses hypothèses théoriques. Les linguistes ont pris conscience du fait que les problèmes posés par la traduction relèvent de leur compétence et les usagers de la traduction se sont convaincus à maintes reprises qu'il était devenu impossible de se passer des enseignements de la linguistique pour résoudre leurs problèmes. De ce fait, la traduction a constitué pour la linguistique un champ conceptuel et d'application en perpétuel renouvellement : *« On ne peut nier ce qu'apporte la linguistique fonctionnelle et structurale et on ne peut pas nier les apports des traducteurs à la linguistique. »* (cf. Mounin, 1963, résumé des pp. 4-9-13-170-271 et Mounin, 1976, pp. 64-65).

Les problèmes de traduction en théorie linguistique sont rendus plus explicites par la mise en valeur des différences entre systèmes linguistiques en interrogeant respectivement le fonctionnement de chaque système linguistique. Par la linguistique contrastive on met en jeu les langues, le discours et les textes, les opérations d'énonciation et les énoncés, les procédures

de modulation, de régulation et d'ajustement. La difficulté en pratique de traduction est constatée quand deux langues ne coïncident pas dans l'aspect morphologique, dans la mise en regard des textes, on examine également la différence entre plusieurs systèmes linguistiques à travers les conditions d'énonciation qui les caractérisent chacun (Boisseau, 2016, p. 166-167).

Sur le plan de la pratique, l'exercice de la traduction se caractérise par une extrême objectivité, il s'agit du trait majeur de la théorie linguistique de traduction ; le plan de travail est centré sur la langue, laquelle avec son aspect formel prime comme hypothèse principale à la recherche du sens, l'aspect formel se conjugue avec une réflexion sur un ensemble de mots agencés en phrases par articulation sous l'ordre structural des mots ; l'objectif du traducteur est de traduire dans les mots et non autrement, c'est-à-dire que son travail est axé sur une suite donnant lieu à un sens unique, le sens ne se dégage qu'à travers les mots et leur agencement (lexique + syntaxe) ; il y a pratiquement une sorte de relation délibérément forcée entre la présence des mots et leur place dans la phrase et la traduction (cf. Cennamo, 2016, p. 75). Une traduction axée sur le volet linguistique est appelée aussi une « traduction horizontale **»** ; elle ne s'opère qu'à partir d'un niveau de compréhension qui ne dépasse pas celui de l'intégration sémantique des mots à leur contexte immédiat. Le texte se présente comme une entité autonome, en un seul bloc et sa déconstruction se fait d'unités en unités d'une manière linéaire et le sens s'obtient de manière cumulative à la manière d'un décodage ou d'un déchiffrage progressif des syntagmes nominaux ou verbaux : « *une analyse typique consiste à décomposer l'élément analysé en éléments « plus simples » qui le constituent »* (Polguère, 2016, Chap**.** 8, §2).

Ce que l'on entend par *« objectivité »*, c'est que le rôle du traducteur en tant que décideur est visiblement exclu du processus, c'est *un agent convertisseur* de deux codes et il ne peut faire part de ses *interprétations* et le texte ne véhicule que le sens qui se dégage à partir des mots, celui qui a été voulu par son initiateur qui l'a codé en utilisant des éléments linguistiques dont la seule lecture doit permettre la reconstruction du sens et par conséquent, on exclut les données extérieures du texte (notamment le discours), son environnement proche, sa polysémie, son intertextualité. C'est à la base de cette technique de conversion que les premiers programmes de traduction automatique ont été conçus, au même titre que la traduction scolaire relevant de la linguistique contrastive et qui rentre dans la didactique des langues étrangères (Durieux, 2005, p. 8). La qualité de la traduction devrait être évaluée par référence au texte de départ. Il s'agit de vérifier si, dans la traduction réalisée, on retrouve tous les éléments qui renvoient à l'image du texte original. En plus, certains spécialistes vont jusqu'à affirmer qu'une bonne traduction consiste à procéder à une traduction rétrospective c'est-à-dire une traduction inverse permettant de retrouver les formulations mêmes du texte original. L'idéal est donc de se

soumettre à la volonté de l'auteur et de retrouver son « intention sémantique » (Škiljan, 2000, p. 9).

À ce propos, la traduction biblique entre les XIIIe et XVIe [siècles reflétait cette résolution, que la fidélité trouve son ancrage dans le respect des normes structurales des textes sacrés, l'Église sanctionnait les écarts de traduction comme sacrilège et perversion de la parole divine (Bassnett, 2002, p. 53). Le présupposé fondamental ici est qu'un sens ne peut être codé que d'une seule manière, donnant lieu à une production linguistique décodable de façon réversible pour redonner le sens original.

L'analyse structurale ne prend pas en considération les faits extérieurs et relatifs au texte ou disons, les paratextes qui comprennent l'insertion historique du texte, son auditoire et sa fonction, son principal souci est de découvrir la construction du texte et son fonctionnement interne (Margot, 1979, p. 41). Cette méthodologie objective, dénuée d'interaction avec d'autres sources de sens, polysémiques, idéologiques, voire culturelles voit les phrases, ou le texte à traduire réduits à une succession de phrases, transcodées d'une langue à l'autre. Aux dires de Benveniste, il semble que la traduction soit une figure de transformation de la linguistique qui s'inscrirait dans la logique suivante :

> Le signifiant et le signifié, la représentation mentale et l'image acoustique, sont donc en réalité les deux faces d'une même notion et se composent ensemble comme l'incorporant et l'incorporé. Le signifiant est la traduction phonique d'un concept ; le signifié est la contrepartie mentale du signifiant. Cette consubstantialité du signifiant et du signifié assure l'unité structurale du signe linguistique (Benveniste, 1966, p. 52).

Cette consubstantialité du signifiant et du signifié dans une langue « A », fournit l'outil méthodologique de l'acte du « traduire » à la structure de manière que le texte rendu dans l'autre langue corresponde intrinsèquement et surtout parallèlement à la même consubstantialité du signifiant et du signifié d'origine.

John C. Catford, dans la préface de son ouvrage *Linguistic theory of translation*, explique que la traduction dans le monde contemporain a de l'intérêt pas seulement dans le cercle des professeurs, linguistes, étudiants et professionnels, mais aussi chez les automaticiens et les mathématiciens, dès lors ses problématiques ont été transférées du domaine littéraire, artistique au domaine computationnel ; pour lui, *puisque la traduction est une affaire de langage, l'analyse et la description des processus de traduction doivent faire usage massif des catégories réservées à la*

description des langues. Dit autrement, elles doivent servir à l'établissement d'une théorie générale du langage (Catford, 1965, préf, §3, notre traduction)[28].

Catford estime que la traduction est une opération de langage, de substitution d'un texte dans une langue « A » par un autre en langue « B », elle porte sur un remplacement de la grammaire et du lexique constituant un *matériau linguistique* en langue de départ par la grammaire et le lexique constituant matériau linguistique en langue d'arrivée (Ibid., p. 20**).** Le traductologue britannique a étudié également la nature des équivalences qui sont des méthodes de remplacement de catégories telles qu'elles sont, chaque catégorie dans le texte de départ entraîne automatiquement un changement dans la catégorie du texte dans la langue d'arrivée, c'est la configuration même des techniques de traduction *mot-à-mot* et littérale. Pour cela, il distingue des correspondances formelles et des équivalences textuelles ; l'équivalence textuelle a lieu lorsqu'on substitue une partie d'un texte par une autre par exemple, *[the flight has taken off]* ↔ *[l'avion a décollé]* ; l'équivalence textuelle englobe la correspondance formelle, laquelle, dans le texte d'arrivée, signifie qu'une catégorie devrait occuper la même place que celle du texte source ; c'est une correspondance de hiérarchies d'unités entre deux langues mises en jeu en partant du fait que celles-ci fonctionnent chacune avec des unités grammaticales de cinq niveaux[29]. Les correspondances sont diverses, elles peuvent être à un niveau élevé ou à un niveau faible ; seul le comparatisme linguistique permet de dégager des abstractions qui servent de cadre de référence pour l'étude de ressemblance entre les langues sur plusieurs points de vue (Ibid., pp.27-.32).

En partant de cette vision structuraliste, le sens est pour Catford une propriété linguistique, il considère que ce qui est exprimé par la langue source phonologiquement/graphiquement, grammaticalement et lexicalement devrait trouver un même *écho formel* dans l'autre langue, le sens faisant partie d'un réseau total de déductions constituées par chaque élément linguistique doté d'une valeur significative dans le texte (Cf. Ibid., p.35). Mais, il reconnaît en même temps que la correspondance formelle est une *« grossière approximation »* puisqu'il est évident que les *« sens formels »* du texte source et du texte cible ne peuvent pas être les mêmes ; le meilleur exemple est celui des langues exprimant le duel qui ne peut pas être repris dans une langue ne l'ayant pas dans son répertoire grammatical (Ibid., pp. 36-37). Cela est identique pour le sens contextuel d'un seul élément qui correspond à un ensemble de caractéristiques situationnelles

[28] Dans les termes de l'auteur: « Since translation has to do with language, the analysis and description of translation processes must make considerable use of categories set up for description of language, it must, in other words draw upon a theory of language - a general linguistic theory ».

[29] Par exemple, entre le français et l'anglais nous avons cinq niveaux : [phrase, clause, groupe, mot, et morphème], la correspondance formelle est donc une correspondance entre deux hiérarchies d'unités, chacune ayant le même nombre de niveaux.

précises qui varient d'une langue à l'autre. Un sens contextuel déduit du réseautage des éléments linguistiques ne peut pas refléter toute la situation de communication. En d'autres termes, la description de la situation de communication entre deux textes mis en correspondance ne révèle que ce qui est visible ou linguistiquement déductible à partir des formes linguistiques. Dans la relation suivante *: « Il est parti »* et *« he's gone »* les pistes de sens sont multiples si l'on commence à réfléchir à un sens au-delà des formes linguistiques, ce qui nous est donné dans cet exemple n'est qu'un sens superficiel.

Pour Anthony Pym, l'équivalence signifie que le texte source et le texte cible partagent des valeurs égales *(equal values),* que ce soit sur le plan formel, fonctionnel, ou selon n'importe quel autre critère de comparaison ; l'équivalence préexiste même à l'acte de traduction parce qu'il y a toujours eu des évidences à partager entre les langues et les cultures. L'équivalence la plus connue est l'équivalence naturelle *« natural equivalence »* qui ne porte pas des particularités ou des restrictions de niveau comme l'équivalence formelle (Pym, 2010, Chap. 2 §1 et p.7 et Casas, 2009, p.142), mais si l'on reste au niveau formel, la traduction entre deux termes serait impossible à cause des différences de systèmes – et des structures de ces systèmes – ; si l'on analyse à titre d'exemple l'équivalence entre *[Sheep ↔ Mouton]*, les deux termes seraient, l'un pour l'autre, intraduisibles. D'une part, le terme *Sheep* acquiert sa valeur par opposition à un autre terme *cow* ou à un autre nom d'animal en anglais ; d'autre part, le mot *mutton* signifie viande de mouton (la différence entre les noms d'animaux et les noms de leurs viandes est une spécificité linguistique anglaise (Pym citant Saussure, 1916 et 1974, p.115)).

Par ailleurs, en français, le mot mouton désigne à la fois la viande et l'animal. Dès lors, on ne s'intéressera pas au mouton, ni à son utilité, on ne se renseignera pas non plus sur les débats découlant de la consommation de la viande de mouton. Tout ce qui importe ce sont les relations entre les structures qui s'avèrent être différentes. Par conséquent, on conclut que les termes *mouton* et *sheep* n'ont pas les mêmes valeurs, ils sont donc intraduisibles l'un pour l'autre (Pym, 2010, p.10). Dans le même sillage, on peut reproduire le même schéma sur un exemple tiré de la culture matérielle ; en langue arabe le حمام *[hammâm]* désigne à la fois le lieu d'aisance (les sanitaires) et la grande salle où l'on prend un bain chaud. Le terme ne partage pas les mêmes valeurs avec des équivalents comme *water-closet, bath room* ou encore *salle de bain* ; on peut expliquer que la différence entre ces équivalents remonte aux divergences culturelles dans la conception des lieux domestiques qui relèvent surtout de l'architecture comparée. Si l'on prend en considération ces divergences de valeurs la traduction de *hammâm* par *salle de bain* ne peut pas aboutir.

L'équivalence dynamique proposée par Eugène Nida est plus ouverte à une traduction dite « libre » car celle-ci porte sur le message contenu dans les formes linguistiques, elle active les

références culturelles dans le processus de traduction et met en valeur leurs fonctions contrairement à l'opération de traduction linguistique ; Nida a assimilé l'équivalence dynamique au dynamisme de la communication :

> Le langage contient bien plus qu'un seul sens qui se dégage à partir des symboles et leurs combinaisons, il est essentiellement un code dans une opération ou autrement dit, un code qui fonctionne pour un ou plusieurs objectifs précis. Il convient donc d'analyser la transmission du message sous l'angle d'une dimension dynamique. Cette analyse est importante pour l'opération traduisante à partir du moment où la production des messages équivalents constitue un processus lequel, ne portant pas exclusivement sur l'assemblage de parties d'énoncés, reproduit le caractère dynamique total de la communication (Nida, 1964, p.120 – notre traduction.)[30]

Les conditions ayant amené cette conception de la traduction comme processus dynamique sont relatives à un long développement du linguiste (Cf. Nida , 1964, Chap. V) sur le sens qui est difficile à systématiser (sens référentiels, sens behaviouristes, sens figuratifs) ; chaque langue manifeste du sens selon « son propre esprit », lequel est fortement lié à la culture, le but de l'analyse du sens de Nida est de démontrer que le processus de traduction prôné par les structuralistes prive la traduction de la fonction communicative et il importe beaucoup pour le traducteur de se focaliser sur le message contenu dans le texte à traduire d'une langue à l'autre. La structure formelle ne révèle rien de l'héritage culturel contenu dans un texte, il y a toujours des bribes du patrimoine culturel dans les correspondances administratives, dans les textes juridiques, énormément en littérature et en poésie, que l'étude de traduction devrait prendre en ligne de compte. Jean-Claude Margot, qui est un spécialiste de la traduction biblique tout comme Eugène Nida, estime que :

> La valeur d'une traduction ne dépend pas de l'opinion d'un critique bilingue, qui pourrait retrouver dans le texte traduit ce qu'il avait déjà compris dans le texte original, elle dépend de la façon dont le lecteur monolingue saisit le message traduit, c'est-à-dire que sa qualité est certaine si ce lecteur réagit autant que possible de la même manière que le récepteur du texte original (Margot, 1979, p. 102).

Dans la traduction biblique, l'approche de Nida avec l'équivalence dynamique est de procéder aux adaptations linguistiques et culturelles nécessaires afin de maximiser la lisibilité du message évangéliste et sa compréhension ; l'équivalence dynamique n'est pas censée produire juste un sens, mais un effet chez son récepteur, un effet identique à celui qui a reçu le

[30] Dans le termes de l'auteur: « Language consists of more than the meanings of the symbols and the combination of symbols, it is essentially a code in operation, or, in other words a code functioning for a specific purpose or purposes. Thus, we must analyze the transmission of a messages in terms of a dynamic dimension. This analyze is especially important for translating, since the production of equivalent messages is a process, not merely of matching the parts of utterances, but also of reproducing the total dynamic character of the communication ».

message dans la langue de départ, cet équilibre est à prendre en considération pour se prémunir du risque de tomber dans un *pseudo-pragmatisme intenable* si l'on réduit le sens et on augmente l'effet (Delisle, 2021, p. 113). L'équivalence dynamique, réfutant le littéralisme et donnant plus d'importance au contexte en traduction a permis d'avancer vers une conception communicative et sociologique de la traduction, cependant la démarche impliquant une réaction identique dans les deux langues à un même message a suscité des critiques notamment par les théories interprétatives et pragmatiques (Casas, 2009, p. 142).

Parmi les techniques de traduction, il est nécessaire, au fil de notre développement, de citer les sept procédés de traduction proposés par Jean-Paul Vinay et Jean Darbelnet : *l'emprunt, le calque, la traduction littérale, la transposition, la modulation, l'équivalence, et l'adaptation* ; ces procédés, qui ont été inspirés de leurs travaux en stylistique comparée du français et de l'anglais, s'inscrivent dans un ordre croissant de difficultés ou d'éloignement par rapport au texte original (Collombat, 2005, p. 87). Dans leur analyse les auteurs mettent en valeur le rôle du comparatisme entre les langues à une même époque sur le plan stylistique et ses retombées sur une possible revitalisation des traductions sur le plan synchronique :

> Le passage d'une langue A à une langue B, pour exprimer une réalité X, passage que l'on dénomme habituellement traduction, relève d'une discipline particulière, de nature comparative, dont le but est d'en expliquer le mécanisme et d'en faciliter la réalisation par la mise en relief de lois valables pour les deux langues considérées. Nous ramenons ainsi la traduction à un cas particulier, à une application pratique de la stylistique comparée. […] La traduction est indissociable de la stylistique comparée puisque toute comparaison doit se baser sur des données équivalentes. Mais la reconnaissance de ces équivalences est un problème de traduction au premier chef. Les démarches du traducteur et du stylisticien sont intimement liées […]. La stylistique comparée part de la traduction pour dégager ses lois ; le traducteur utilise les lois de la stylistique comparée pour bâtir sa traduction (Vinay et Darbelnet, 1958, pp. 20-21).

Au niveau du trait définitoire, les auteurs envisagent la traduction comme une discipline exacte, possédant ses techniques et ses problèmes particuliers, son aspect technique passe devant son aspect artistique. Le fait de mettre l'accent sur la comparaison signifie que la pratique de la traduction avec réflexion permet de mieux faire ressortir les caractères et le comportement de deux langues, d'en déduire des enseignements pouvant servir prochainement, et donc sous un angle comparatiste, la traduction fait observer le fonctionnement d'une langue par rapport à une autre, soit un procédé d'investigation, elle éclaircit des phénomènes et des caractères restés invisibles dans une langue (ibid., intro. pp. 24-25).

Pour les linguistes, la traduction emprunte deux chemins méthodologiques ; l'on a soit une traduction *directe* qui comprend trois procédés de traduction à savoir : *« l'emprunt », « le calque »* et *« la traduction mot-à-mot ou littérale »* ; elle suppose que le message en langue de départ se

laisse facilement transposer en langue d'arrivée parcqu'il repose sur des catégories parallèles (un parallélisme structural) ou sur des catégories d'un parallélisme métalinguistique ; soit une traduction dite *oblique* laquelle inclut la *« transposition », « la modulation », « l'équivalence »,* et *« l'adaptation »,* qui entraîne des modifications pour cause de divergences d'ordre structural ou stylistique ; selon les auteurs, elle implique des procédés beaucoup plus détournés, leur processus se reflète par de multiples facettes d'équivalences (ibid., pp. 46-47). Nous résumons brièvement ces procédés avant de passer à l'étape critique, (Vinay et Darbelnet, 1958, pp. 46-54) :

1. *L'emprunt* trahit une lacune métalinguistique et ne devrait pas en principe se prévaloir du statut de « procédé de traduction » vu sa simplicité. L'emploi de l'emprunt consiste à créer un effet stylistique ou pour introduire un terme inusité dans la langue vers laquelle on traduit, exemple *: [je suis parti assister à un concert gnaoui] ;*

2. Le *calque* consiste à emprunter à la langue étrangère un syntagme en le traduisant littéralement, cela donne soit un *calque d'expression* qui épouse les structures syntaxiques de la langue de départ, soit un *calque de structure* qui conduit à une construction nouvelle ; à noter que ce genre de procédés est fréquemment utilisé dans l'écriture postcoloniale que l'on définit comme une écriture ethnographique, métissée, qui mêle deux jargons dans une même langue *;*

3. *La traduction littérale ou le mot-à-mot* désigne le passage de la langue de départ vers la langue d'arrivée par un texte correct et idiomatique sans que le traducteur ait à se soucier d'autre chose que du volet linguistique, elle réunit des conditions de rapprochement entre deux langues telles que la convergence de pensées et parfois de structures du fait qu'à une certaine époque de l'histoire elles ont partagé la même culture, ou ont eu des patrimoines intellectuels ou politiques similaires.[31]

Les procédés de la traduction directe ne suscitent pas beaucoup de réflexion sur l'opération traduisante tant ils rendent compte d'un passage univoque d'une langue à l'autre ; la traduction directe concerne des tournures sous forme d'unités de traduction où deux langues mises en jeu partagent des représentations sémantiques et syntaxiques très proches, donc le message d'origine est aisément traduisible d'une langue à l'autre sans grande modification (Franjié, 2009, p. 147). Il y a en quelque sorte un croisement dans les orientations de la traduction directe et la traduction oblique ; les procédés de la traduction directe s'articulent autour des caractéristiques de stratégies de transfert orientées vers la langue source et centrées sur la culture d'origine des textes à partir desquels on importe du contenu lexical et sémantique etc. tandis qu'à l'inverse, les procédés de la traduction oblique sont observables dans les pratiques tournées vers la langue cible et la culture d'accueil des traductions (Ibid., p. 148).

[31] Elle est décrite comme une technique de décodage de ce qui est dit, en se fondant sur l'analyse logique et les règles de composition du contenu propositionnel des phrases (la syntaxe) et sur le contexte immédiat des mots et de ce qu'ils dénotent (cf. Vogeleer et Béghin, 2021, p. 33).

Les procédés de traduction oblique viennent solutionner des problèmes de traduction qualifiée d'inacceptable sur cinq points : a) la traduction donne un autre sens ; b) la traduction est impossible pour des raisons structurales ; c) la traduction n'a pas de sens ; d) la traduction ne correspond à rien dans le métalinguistique de la langue source ; e) la traduction correspond bien à quelque chose mais pas au même niveau de la langue (cf. Vinay et Darbelnet, 1958, p. 49).

4. *la transposition* consiste en un remplacement d'une partie du discours par une autre sans modification du sens, le procédé concerne aussi bien une reformulation au sein de la même langue que la traduction ; exemple *[il a annoncé qu'il partait]* ↔ *[il a annoncé son départ]*, il s'agit d'une transformation verbe subordonné par un substantif ; pour la traduction, la transposition se bifurque en une transposition obligatoire et une transposition facultative, le traducteur, selon le contexte de l'opération traduisante, peut alterner les deux. L'exemple suivant : *[As soon he gets up / got up]* ↔ *[Dès son lever / Dès qu'il s'est levé]* constitue une transposition obligatoire facultative puisqu'en français on peut traduire par deux tournures. Si l'on inverse les choses, on obtiendrait une transposition obligatoire car l'anglais ne possède qu'une tournure de base *« as soon as he get up ».* On inclurait également *le chassé-croisé* comme type de transposition, défini par Hélène Chuquet et Michel Paillard comme une double transposition consistant à la fois de changer la catégorie grammaticale et d'instruire une permutation syntaxique des éléments sur lesquels est réparti le sémantisme (Chuquet et Paillard, 1987, p. 13), exemple :

وقف على شعفة الجبل متأملا ومنتظرا رجوع رفاقه — Il se dressa sur le sommet de la montagne à attendre et à guetter le retour de ses compagnons.

5. *La modulation* constitue une variation dans le message, elle constitue à changer un point de vue d'éclairage, elle se justifie quand on s'aperçoit que la traduction littérale ou même transposée aboutit à un énoncé grammaticalement correct, mais qui sonnerait mal selon les normes de la langue d'arrivée. Exemple :

أعرب الوزير عن عدم توافق آرائه مع آراء نظيره في شأن مسألة التهريب. — Le ministre a évoqué que ses opinions n'étaient pas en accord avec celles de son homologue sur la question de la contrebande.

On distingue une modulation libre et une modulation figée ; la différence entre les deux se situe sur le degré de transformation qu'on peut observer. Autrement dit, la modulation figée ressemble presque à une traduction littérale et n'offre pas beaucoup de liberté de transformation comme par exemple traduire *[the moment when]* par *[le moment où],* ou encore, *[poisson rouge]* qui se traduit par *[goldfish]* en anglais (modulation interne de la couleur) (Collombat, 2005, p. 88).

6. L'équivalence signifie rendre compte d'une même situation par la mise en œuvre des moyens stylistiques et structuraux entièrement différents ; les équivalences sont le plus souvent de nature syntagmatique, c'est-à-dire qu'elles portent sur tout un

segment et non sur une unité individuelle. Les formules sentencieuses (proverbes, clichés, locutions substantivales et adjectivales) sont celles qui sont le plus souvent concernées par l'équivalence ; elles se présentent sous forme d'une moralité en boite prêt-à-penser dont il convient de rendre compte de toute sa teneur, exemple :

Il ne sait plus à quel saint se vouer — إنه في حيرة من أمره

7. *L'adaptation* constitue le degré le plus élevé du travail de réflexion sur l'opération traduisante ; elle a lieu lorsque la situation à laquelle le message se réfère n'existe pas dans la langue source à une autre situation jugée équivalente ; l'adaptation est une forme d'équivalence de situation, c'est au traducteur de trouver la bonne tournure pour que la production puisse « sonner positivement » à l'oreille de son lecteur dans l'autre langue. On peut, en outre, qualifier l'adaptation comme processus de négociation dans la mesure où dans certaines situations, on a l'impression de négocier des pertes formelles et des gains pour le sens, particulièrement dans le domaine littéraire.

A lion's den is never empty of bones — بيت الأسد لا يخلو من العظام

A quiet conscience sleeps in thunder — من ارتاح ضميره، نام في الرعد وهو لا يبالي

Ces deux exemples illustrent bien des adaptations sur des proverbes. Le premier est d'origine orientale sur la générosité et est littéralement repris en anglais sans qu'il y ait une perte de sens ; il existe d'ailleurs en anglais un autre proverbe ayant les mêmes références et illustrant une situation de risque extrême *[do not search for bones in a lion's den]*. Dès lors, on peut supposer qu'il peut servir de base pour aider à l'assimilation du proverbe oriental. Le deuxième exemple est d'origine occidentale repris en langue arabe à travers la paraphrase.

Michel Ballard a consacré une étude critique sur les procédés de Vinay et Darbelnet de la manière suivante (Ballard, 2006 [résum] pp. 118-122) :

L'emprunt n'est pas un acte individuel, c'est-à-dire qu'il n'est pas une création du traducteur lorsque celui-ci tente de solutionner un problème de traduction, il est plutôt un fait de société puis un fait de langue après *« acclimatation »* (Maldussi, 2011, p. 341), qui dépasse la traduction et concerne l'adoption d'un terme étranger par une communauté linguistico-culturelle par nécessité pour combler un trou lexical ou culturel, pour créer une néologie**.** Les circonstances différentes qui poussent le traducteur à ramener un élément étranger à la langue dans laquelle il traduit sont particulières (impossibilité de traduire les anthroponymes d'individus, ou de créer de la couleur locale). Cela démontre que l'emprunt ne peut pas être considéré comme procédé ou comme une technique, il reste *« tributaire d'une vision sociolinguistique et peine à atteindre le statut de procédé de traduction à part entière »* (ibid.).

Michel Ballard préfère appeler *« la transposition »* par *« recatégorisation »,* car la transposition est pour lui un terme impropre. Dans l'exemple *[as soon as he gets up]* ↔ *[dès son lever], « lever »* est bien une partie du discours qui traduit un énoncé *« he gets up »*, ce qui ne correspond pas avec

la physionomie d'une transposition qui remplace une partie du discours dans une langue par une autre partie de discours dans l'autre. Il serait donc plus judicieux, selon lui, de qualifier cet exemple par *« nominalisation »* puisqu'il s'agit d'un changement de niveau.

En ce qui concerne l'équivalence, le spécialiste de traduction estime qu'elle est beaucoup plus vaste pour être restreinte à un simple procédé ou technique : *« toute traduction est équivalence »* (ibid., p.119).

Michel Ballard s'aligne dans le même constat avec Jean-René Ladmiral : *« Le concept d'équivalence a une validité extrêmement générale et il tend à désigner toute opération de traduction »* (Ladmiral, 1979, p.20 cité in ibid.). Anthony Pym voit que l'équivalence constitue tout un paradigme dans la traductologie tant elle suscite beaucoup de débats sur l'opération de traduction (Pym, 2010, Chap. II, §1). Il ne semble également pas assez convaincu par la portée des procédés de traduction d'après le constat suivant :

> […] la traduction relève-t-elle de procédés ? je pourrais faire une réponse de Normand et dire oui et non, je préfère dire : qu'entendez-vous par là ? Des trucs ? des recettes ? non merci, je n'y crois pas ! Certains viennent chercher dans la traductologie ou dans la linguistique contrastive des trucs infaillibles qui permettraient de réussir sa version ou de faire sa traduction sans réfléchir ! Ce n'est pas cela l'objet (Ballard, 2006, p. 122).

Le fait de les adopter de manière systématique à chaque problème conduit à une manie exaspérante qui n'aide pas à la constitution d'une compétence traductive basée sur l'intelligence et inhibe le sens intuitif et interprétatif ; en fait toute la démarche naturelle de l'acte de traduction est affectée ; le fait de concevoir l'opération sous forme de procédés est similaire à la manière d'opération d'une machine qui contrôle la manière de penser et d'agir. Par procédés on emprunte une méthodologie prescriptive, cela n'entre pas dans l'essence même de la traduction.

Sous l'angle pédagogique, ces procédés donnent l'impression à un apprenant qu'il devrait privilégier parmi plusieurs traductions une seule piste concluante à la manière d'un exercice en sciences exactes ; les exemples proposés s'orientent vers un transcodage c'est-à-dire vers des équivalences virtuelles ; sur le plan terminologique, l'usage du mot « procédé » est jugé comme abusif étant donné qu'un procédé désigne une méthode supposée mener à un résultat. Or**,** les procédés de Vinay et Darbelnet semblent être des étiquettes apposées à des résultats, un peu comme des modèles prêt-à-traduire. Le processus de traduction est mystérieux et complexe, il passe par une reformulation à partir d'un sens abstrait, puis viennent des opérations de comparaison avec les formes de départ afin de juger de la qualité des traductions. Il n'y a donc pas de manières de traduire mais des options de traduction au même titre qu'il n'y a pas d'unités phrastiques de traduction mais des textes entiers connectés à d'autres textes formant un courant

intertextuel s'il s'agit de la littérature ou un réseau de textes techniques, s'il s'agit du domaine technique, les options de traduction sont déterminées selon une visée communicative (littéraliste, libre, communicative, dynamique) (Ballard, 1998, p. 54).

Pour Lynne Franjié, les procédés renferment une part d'approximation comme rapporté par Hélène Chuquet et Michel Paillard qui estiment que seule la modulation et la transposition constituent des vrais procédés de traduction ; l'emprunt et le calque relèvent du voyage des mots d'une culture à une autre à travers les contacts humains sous diverses circonstances : *« l'équivalence est une modulation lexicalisée et l'adaptation ne peut être limitée à la traduction car elle confronte deux éléments socioculturels, mais il n'en demeure pas moins qu'ils permettent de faire une première description et une analyse des équivalences incluses dans les dictionnaires bilingues »* (M. Paillard et H. Chuquet, 1989, p.10 cités par Franjié, 2009, p.155).

Robert Larose dans une partie dans son ouvrage qu'il nomme *« le comparatisme en procès »,* estime que les procédés de traduction correspondent à une collection de faits épars qui illustrent des équivalences basées sur des situations décontextualisées ne pouvant être prises comme référence en pratique intensive de la traduction puisque le détail risque de toujours d'obscurcir le tout (Larose, 1992, préf.). La traduction exige plus de réflexions approfondies, le traducteur doit aller plus loin que la connaissance des procédés empiriques et parvenir à expliquer pourquoi à partir d'un même texte on arrive à générer plusieurs textes d'arrivée remplissant les mêmes fonctions que l'original et qui n'apparaissent pas sous forme d'équivalents au sens strict en regard du sens objectif (Larose, 1992, pp. 10-17). Georges Mounin rapporte dans son chapitre relatif à la linguistique et la traduction que les thèses de traduction de Fedorov et de Vinay et Darbelnet inscrites dans le champ d'étude linguistique ont essuyé des critiques par les traducteurs dont Edmond Cary sur le fait que l'activité de traduction ne pouvait être réduite à l'étude scientifique car elle résisterait mal à l'épreuve de faits de traduction (Mounin, 1963, p. 13). Enfin Jean Delisle, dans sa démarche didactique de la traduction, estime que le comparatisme prôné par les théories linguistiques n'apporte aucune qualité à la formation d'un bon traducteur si ce n'est le fait qu'il soit utile au perfectionnement linguistique, notamment dans l'enseignement de la traduction pour révéler l'organisation interne de la grammaire et du lexique des langues (Delisle, Hannelore, et C. Cormier, 1999, p. 88). Un traducteur est supposé avoir la capacité intellectuelle et être habile à *« manier le langage »* et aller plus loin que le déchiffrage d'un code linguistique et son exportation vers un autre code linguistique : *« enseigner à traduire, c'est faire comprendre le processus intellectuel par lequel un message donné est transposé dans une langue en plaçant l'apprenti-traducteur au cœur de l'opération traduisante pour lui en faire saisir la dynamique »* (Delisle, 1984, p. 16).

Pour Suzana Rakova (cf. Zuzana, 2014), la stylistique comparée du français et de l'anglais a ses forces et ses faiblesses. Tout d'abord elle a eu le mérite d'avoir permis de :

1. Proposer, indépendamment de la linguistique, une analyse concrète de faits de traduction avec mise à l'épreuve des deux langues par des exemples pratiques tirés du quotidien ;

2. Cerner au mieux les difficultés de traduction liées aux structures des langues à travers le jeu contrastif, ce qui a permis d'approfondir les connaissances des langues ;

3. Doter la linguistique générale de nouvelles méthodes d'investigation sur le comparatisme et la description des langues et d'en tirer davantage d'enseignements sur plusieurs niveaux ;

4. Constituer un métalangage de la traduction basé sur les travaux (échos, réussite, échecs) et sur les discussions entre professionnels, enseignants et étudiants en ce qui concerne la discipline de la traduction ;

5. Inscrire les procédés dans une littérature traductive et les adopter de manière intuitive comme des automatismes dans l'opération de traduction quand nécessaire, ils peuvent également faire l'objet d'étude rétrospective de la traduction en tant que résultat ;

Et elle a achoppé sur les points suivants :

6. La traduction par un des procédés aboutit au choix d'un seul équivalent en dépit d'autres qui seraient envisageables dans d´autres contextes si le texte était destiné à un autre public, ce qui porte à croire que les procédés de traduction fonctionnent sur un principe instructionnel ;

7. L'approche de stylistique comparée à travers ses procédés et ses réflexions sur ses unités de traduction a privilégié le comparatisme et l'analyse contrastive en mettant de côté d'autres aspects d'analyse comme le discours, les facteurs extralinguistiques qui jouent leurs rôles dans le processus de traduction.

La méthode d'analyse des processus de traduction qui s'est dégagée des théories linguistiques a conduit à l'adoption d'*« une technique de conversion directe de structures lexico-syntaxiques du texte source en celles de la langue cible »*. Appelée le transcodage (Vogeleer et Béghin, 2021, p. 18). Ce dernier résulte d'une opération de traduction basée sur le comparatisme et le modèle contrastif entre deux langues en jeu ; le transcodage est à la fois l'opération de traduction et son résultat ; il consiste en l'établissement de correspondances entre deux langues sur le plan du lexique ou de la phrase (Delisle, Hannelore, et C. Cormier, 1999, p. 90) ; il consiste également à puiser des correspondances lexicales préétablies répertoriées dans des dictionnaires bilingues pour les appliquer à des règles de syntaxe de la langue d'arrivée pour assurer l'agencement des correspondances adoptées (Cennamo, 2016, p. 75), à la manière d'un paramétrage d'une machine avec des données copiées d'une autre. Par le transcodage, on repère des éléments préexistants et on les imbrique à la manière d'un collage systématique de façon qu'on se

rapproche le plus possible de l'image virtuelle du texte à construire comme une structure dans la langue d'arrivée, c'est un processus linéaire portant sur des entités linguistiques fermées.
La traduction ainsi envisagée donne l'impression qu'on « construit » le texte traduit unité par unité. L'unité de traduction – ou unité de pensée, ou unité lexicologique – que Michel Ballard juge étrange, trop restrictive et presque contradictoire dans ses termes (Ballard, 2006, p. 123) est défini par Vinay et Darbelnet comme le segment le plus petit de l'énoncé dont la cohésion des signes est telle qu'ils ne doivent pas être traduits séparément (Vinay et Darbelnet, 1958, p. 37). Ces derniers distinguent d'abord à travers la confrontation des langues des *« unités fonctionnelles »* qui reproduisent les mêmes fonctions linguistiques d'une langue à une autre, des *« unités sémantiques »,* qui reproduisent le même sens ; *« des unités dialectiques »* qui articulent le raisonnement et *« des unités prosodiques »* dont les éléments participent à une même intonation. Quant aux unités de traduction, elles se composent en *« unités simples »* – que l'on trouve par exemple en traduction mot-à-mot où chaque mot se substitue par son équivalent sans altération du sens – et *« des unités diluées »* qui sont plus complexes que les unités simples : ex. *[simple soldat fra ↔ private ang]*, les équivalents ici partagent la même idée, mais le lexique est différent et *« des unités fractionnaires »* dans lesquelles l'unité n'est que partie d'un mot, sa composition est encore sentie par le sujet-parlant.

D'autres unités de traduction sont citées par les auteurs selon des variations plus ou moins difficiles à classer selon les faits de langues mis en jeu ; *les groupes unifiés* constitués de deux ou plusieurs mots offrent le maximum de cohésion comme les *idiotismes,* exemple : *[mettre à pied ↔ to dismiss] ; [avoir lieu ↔ take place] ; [s'en prendre à] ↔ [blame] ;* ils se sous-classent en « *groupes unifiés par affinité* » qui donnent *« des locutions d'intensité »*[32] et des *« les locutions adjectivales et adverbiales »*[33] (Vinay et Darbelnet, 1958, pp. 37-42).

La technicité fragmentaire du transcodage reflète une traduction qui altère toute la cohésion du texte et brouille le sens, il en résulte une conception de la traduction sous les arcanes de la traduction automatique, qui a mené à l'impasse après un engouement tant attendu par les partisans de la révolution numérique qui ont assimilé la traduction au traitement automatique des langues. Benveniste estime que la technique du transcodage, parmi tant d'autres, privilégie les descriptions formelles des langues pour la construction des machines logiques aptes à effectuer des traductions (Benveniste, 1966, p. 30). Dans le même sillage, le sémioticien Ljudskanov renvoie l'activité traduisante à un exercice de conversion de signes, qui consiste en un transfert entre signes sans tenir compte de la sensibilité linguistique et de l'analyse dont

[32] Exemple : [un hiver rigoureux ↔ a severe winter] ; [un bombardement intense ↔ severe sheling] ; [une réponse cinglante ↔ a strong response].
[33] Exemple : [parler sous un air de reproche ↔ reproachfully] ; [à plusieurs reprises ↔ repeatedly]

ces signes sont porteurs. Donc avant qu'il n'y ait des mots « linguistiques », il y a d'abord des signes ou codes linguistiques à traduire (Delisle, 1984, pp. 52-53).

Pour la fidélité, elle devrait être par rapport à la production textuelle originale, fidèle à la forme et à la lettre, les postulats qui vont dans ce sens renvoient tout le contenu traductif au texte original : le sens est dans les mots et en cas de polysémie seul le contexte immédiat permet de résoudre l'ambiguïté, la traduction est une affaire de langage ; la linguistique traite du langage, donc la traduction est l'objet de la linguistique simplifie Michael Oustinoff en reprenant les propos de John Catford (Oustinoff, 2018, p. 51).

En conclusion, les théories linguistiques n'ont pas eu un grand succès en recherche universitaire parce que la compréhension totale d'un texte ou d'un discours porte toujours une signification beaucoup plus profonde, que celle que peut relever le simple résultat de l'intégration des signifiés à l'ensemble des signes linguistiques (cf. Yuste Frías, 1998a, p. 281). José Yuste Frías, fondateur du concept paratraduction dira à ce propos que :

> « […] dans son analyse du discours, le traducteur doit toujours distinguer l'objet matériel de ce discours (ce sur quoi l'on parle ou de quoi l'on parle) et son objet formel (la fin en vue de quoi l'on parle, le point de vue sous lequel on considère les choses). Ce serait une erreur, par exemple, de réduire la signification d'un mot quelconque […] à un contenu rien que sémantique, simple matière de représentation. Il est impossible qu'une idée se réduise à un contenu matériel sans aucune forme intentionnelle, à un simple terme sans aucune relation à " un quelque chose représenté "qui ne serait pas représenté " sous un certain point de vue " » (ibid., p. 282).

Les théories linguistiques ont tout de même eu le mérite d'avoir permis aux spécialistes de la traduction d'acquérir des connaissances plus approfondies à propos de leurs langues de travail, l'apport en exemples a été abondant, que ce soit au niveau de l'analyse de l'opération traduisante par découpage unitaire ou par des méthodologies d'analyse internes à travers le comparatisme et les études contrastives permettant de comprendre les structures des langues entre les langues en contact (Mounin, 1963, p. 4). Sous cet angle, la traduction a parfaitement rempli sa fonction de branche de la linguistique appliquée et pour justifier son rôle, les traducteurs chevronnés de l'ère structuraliste disent tout fiers d'avoir fait *« l'école grammaticale »*, c'est-à-dire que leurs compétences traductives, en plus du talent, reposaient sur la maîtrise des langues de travail, sur la capacité de lire massivement sans distinction de domaine par approche érudite, scrupuleuse et patiente, une démarche qui a évolué si l'on regarde l'esprit de la traduction aujourd'hui.

Sur le plan didactique, les théories linguistiques ont permis à la traduction de jouer un rôle de relais dans l'acquisition des langues étrangères notamment à l'université (Bassnett, 2002 §2) ; dans cette optique, les travaux de Vinay et Darbelnet sur la stylistique comparée du français et

de l'anglais ont été d'un apport considérable pour les études traductologiques dans la formation de la traduction au Canada et ont inspiré d'autres articles, manuels et ouvrages de conception similaires (Gambier, 2020, p. 21). Il était important au départ que la formation de la traduction soit axée sur le renforcement des compétences linguistiques pour pallier l'incompréhension et l'interférence au moment de la reformulation du sens d'un message ; la traduction scolaire est une méthode d'acquisition d'une langue et de perfectionnement du style sans être une fin en soi ; elle a des objectifs à travers des exercices de thème et de version. Pour celle-ci, l'enseignant vérifie la compréhension de la langue étrangère étudiée. Quant au thème, il porte sur la fixation des structures de la langue seconde à travers le bon usage grammatical. Les exercices de base de thème et de version ne sont pas conçus pour des objectifs de communication, ils visent à mener l'étudiant à bien rédiger en langue étrangère (cf. Seleskovitch, 1987, p. 43). Jean Delisle les appelle des exercices de transcodage. Ainsi, la traduction scolaire (ou pédagogique) ouvre la voie à la traduction professionnelle à travers un test de performance, cette dernière porte l'objectif de réaliser une traduction proprement dite qui vise à la production d'une performance pour elle-même (Delisle, 1984, pp. 41-42).

Les théories linguistiques ont été entraînées dans la révolution technologique qui a suivi la Seconde Guerre mondiale dans le cadre d'une civilisation de l'information, on a fait appel à l'ordinateur pour prendre en charge de gros volumes de documents électroniques. En ce sens, la linguistique computationnelle s'est appuyée sur la linguistique appliquée dans la conception des logiciels de traduction qui ont été conçus pour répondre aux injonctions des marchés économiques qui exigeaient plus du traducteur humain en termes de productivité, l'ordinateur venait donc satisfaire les demandes des entreprises de plus en plus croissantes en termes de rentabilisation financière et de délais de livraison de plus en plus réduits (cf. Lauffler-Laurian, 1996, intro).

Les travaux de la linguistique appliquée ont servi comme premières bases au développement la traduction automatique[34] ; le caractère logique des transformations de syntagmes dans l'analyse d'une traduction linguistique a été adopté comme modèle de conversion de codes [systèmes input et output] dans un programme de traduction automatique. Même si le postulat linguistique a été jugé minime par rapport aux contributions des autres disciplines comme la logique ou les mathématiques, il n'empêche que le processus de traduction formelle ressemble à celui de la traduction automatique *« traduire à coup de dictionnaire est une locution qui signifie*

[34] L'expression traduction automatique au début de son expérimentation était subdivisée en plusieurs autres appellations : « Traduction automatique » TA ; « Traduction automatique assistée par l'homme » TAAH ; « Traduction assistée par ordinateur » TAO ; « Traduction automatique assistée » TAA ; « Traduction entièrement assistée de haute qualité » TAEHQ et « Traduction humaine assistée par ordinateur » THAO

mécaniquement sans prise en compte du texte, les nuances du contexte, ni de la situation » (Mounin, 1964, p. 12).

En dépit des résultats peu concluants, voire ridicules des premiers logiciels de traduction durant les années 1950 et 1960 avec la publication du rapport ALPAC[35] (cf. Bouillon et Clas, 1993), les méthodes de traduction acquises par les théories linguistiques n'ont pas cessé d'accentuer les recherches sur l'amélioration de l'automatisme des correspondances notamment en ce qui concerne la collecte terminologique dans divers domaines et la constitution de hiérarchies taxinomiques dans des répertoires informatiques destinés à alimenter des mémoires de traduction ; les théories linguistiques à travers les divers exemples et les investigations effectuées à l'intérieur des langues ont constitué un plan de travail solide sur lequel on a pu initier d'autres réflexions critiques sur le processus de la traduction.

3.2 Le niveau littéraire

La traduction littéraire est à la fois difficile et impressionnante ; ses problématiques ne sont pas les mêmes que celles de la traduction linguistique laquelle s'attèle à traiter le volet formel et le sens linguistique dégagé du contexte immédiat à partir d'une suite de signes. Ces problématiques sont inédites selon l'œuvre qu'on traduit et l'esprit qui l'a générée.

Martin Wrinckler considère qu'il existe des variantes de traduction pour un même texte. Cela est dû au fait qu'à chaque nouvelle lecture, l'œuvre nous ouvre une nouvelle fenêtre à travers laquelle on entrevoit un sens possible qui est subtil, parfois plus évident que le sens capté dans une lecture antérieure ; est-ce à cause d'une meilleure compréhension ? ou à cause des éléments circonstanciels particuliers ? (Moment de lecture, une meilleure concentration etc.). En tout cas, cela vient infirmer l'autonomie du sens revendiquée par la théorie linguistique. Dès lors, l'expérience nous montre que si la compréhension s'améliore pour quelque raison, on traduira différemment à tel point qu'on considérera les erreurs – qu'on n'aura pas remarquées à propos du choix de telle ou telle tournure et pour un motif complètement hasardeux – comme de *« belles erreurs »* qui conduisent à un bon compromis de traduction ; *« l'erreur »* sera privilégiée sur d'autres choix traductifs possibles parce qu'elle exalte l'esprit de l'œuvre originale. Pour traduire la littérature, il faut avoir absorbé le choc culturel, expérimenté les diversités culturelle et linguistique et développé le sens du contact avec l'œuvre ; il faut avoir goûté aux faits de langue de laquelle on traduit dans tous les états, à son étrangeté et à travers les canaux de sa diffusion : à la radio, à la télévision, à la culture qu'elle introduit.

L'auteur estime qu'un traducteur et un médecin ont le même objectif, à savoir entendre le sujet avec qui ils traitent : le médecin essaye de diagnostiquer la maladie à travers des signes

[35] Automatic Language Processing Advisory Committee.

symptomatiques et le patient en donne plus de détails à travers une culture personnelle extrêmement composite, complexe et riche. C'est le même itinéraire emprunté par le traducteur qui essaye d'entendre la langue qui se manifeste avec un fond culturel non négligeable. Par conséquent, comme en littérature ou en médecine, il y a une subtilité de la pensée de l'individu qui parle et qui confie son histoire et sa personnalité qu'il y a lieu de traduire (Winckler, 2003, Résum pp. 15-18).

Les préoccupations littéraires de la théorie sont beaucoup plus profondes que celles des théories linguistiques même si l'on reconnaît avec Georges Mounin que ces dernières – et originellement la linguistique – ont fourni une méthode scientifique d'analyse de la matière à traduire, une méthode qui se caractérise par une rigueur de recherche sur le détail de l'opération traduisante, une classification des problèmes relevées, introduction d'objectivité aux dépens des impressions générales etc., bref, le discours de la méthode scientifique en matière de traduction a permis d'éluder le mystère du texte et des *« langues »* qui le composent (langues vulgaire, argotique, populaire, soutenu, littéraire ou poétique) et par là a permis d'établir des registres entre eux, il a permis également de prendre conscience qu'on ne peut parler de qualité de traduction sans parler de style fidèle à un registre aussi bien qu'au texte puis au contexte, puis à la situation (Mounin, 1976, pp. 114-115).

Ce sont pourtant les linguistes eux-mêmes qui ont suggéré le passage à l'analyse esthétique de l'opération traduisante particulièrement en ce qui concerne le domaine littéraire. D'abord l'expert en traduction Edmond Cary s'est toujours opposé à l'inscription de la traduction à un domaine linguistique qui prône l'exactitude, la pertinence formelle et le sens superficiel et immédiat, il a qualifié la traduction comme une opération *sui generis*, devant être traitée en tant que telle, c'est-à-dire comme une discipline complexe sous tous ses aspects irréductibles à l'unité d'une définition scientifique, et c'est sous cette configuration qu'il considère que si l'on traite de la traduction dans le domaine littéraire, la traduction sera une opération littéraire au même titre qu'une opération technique si l'on parle d'un domaine technique, ou poétique si l'on a affaire à la poésie (cf. Cary in : ibid., p. 111).

Le contexte littéraire est plus élargi que le contexte linguistique, lequel ne forme que la matière brute, il s'articule autour du rapport entre deux cultures, deux modes de pensée et dégage une sensibilité extrême, le contexte littéraire débute depuis la page qu'on lit dans un roman pour se prolonger ensuite dans une suite de contextes : le contexte de l'œuvre, le contexte de la pensée individuelle se ramenant à l'auteur, puis celle du groupe ayant créé un courant littéraire (par exemple le romantisme), le contexte de la société dotant ce groupe de potentialités à créer un courant littéraire, un contexte circonstanciel du pays du courant

littéraire, éventuellement des contextes géographique, politique et enfin le contexte civilisationnel, humain et mondial (cf. Mounin, 1976, pp. 112-113).

Les combinaisons entre ce qui est linguistique (signe, structure) et ce qui est esthétique ont conduit à la conception de la traduction comme une opération pluridisciplinaire comme on la connaît aujourd'hui :

> Traduire est aujourd'hui non seulement respecter le sens structural ou linguistique du texte (son contenu lexical et syntaxique), mais aussi le sens global du message (avec son milieu, son siècle, sa culture, et, s'il le faut, la civilisation toute différente dont il provient […] la traduction n'est plus conçue seulement comme le respect de la forme linguistique (traduction littérale, ou fidèle ou bien comme le respect du fond (traduction libre, infidèle), mais comme la translation aussi exacte que possible « du rapport entre la forme et le fond de l'original » (Edmond Cary, 1957, cité par Mounin, 1976, p.116).

Pour traduire les poètes, il faut savoir se faire poète et pour exceller dans la traduction littéraire, il faut avoir du style, ne jamais être plat, terne et impersonnel (Cary, 1956, p.75 et 1957, p.25 cité in ibid., p. 118). Cela nous renvoie à l'expérience émotionnelle laquelle n'est pas si facile à rendre en traduction littéraire. En effet, les situations d'expressions d'émotions peuvent dans certains cas poser problème lorsqu'on tente de franchir les barrières des langues et des cultures dans la traduction des discours et des textes émotifs. Pour le psycholinguiste Jean Vivier, l'émotion constitue *un défi au langage* lequel n'est pas armé pour en rendre compte de manière précise et idéale telle qu'on le souhaite. Nous nous surpassons toujours consciemment ou inconsciemment pour exprimer nos joies, nos peines, qui restent difficiles à faire part de manière idéale :

> Il est vrai que le défi de l'expression verbale des émotions n'est pas évident à relever. Il est difficile de dénommer, de décrire un vécu émotionnel […] les typologies d'émotions varient selon les cultures et les auteurs, chaque auteur découpe un peu à sa manière et chacun propose, par exemple une typologie des émotions différente (cf. Vivier, 2008, p. 100)

Il rajoute également que les nuances sémantiques qui se dégagent du lexique exprimant des états émotionnels varient d'une langue à l'autre, il se pourrait même qu'on ne les retrouve pas dans une culture donnée : *« une situation particulière déclenchée dans une certaine communauté engendre des réactions émotionnelles spécifiques qui pourraient être totalement différentes si la même situation survenait dans un autre environnement socioculturel »* (Ibid., p. 101).

Pour la traduction, les choses se présentent ainsi : pour le littéraire il faut rendre compte d'un *« même effet émotionnel »,* même s'il s'agit d'une description car celle-ci peut être émotive comme dans la nostalgie ; l'effet émotionnel en traduction est une problématique littéraire tandis que l'effet communicatif est du ressort de la traduction pragmatique. Dans *Les*

Misérables, chapitre XIII, du tome III, Victor Hugo décrit la vie du petit Gavroche à l'instar de tous les miséreux du Grand Paris : *« …Cet enfant ne se sentait jamais si bien que dans la rue. Le pavé lui était moins dur que le cœur de sa mère ».* Ce qui caractérise cet énoncé, c'est le renvoi à l'émotion qu'imprime le mot pavé que l'auteur personnifie (mise en branle d'un inanimé) comme s'il était témoin de la vie miséreuse de l'enfant. Ce rapport émotionnel est présent dans les versions anglaise – avec deux variations – et en arabe :

Ang[1] « He had been dispatched to life with a kick and had simply taken flight. The pavements were less hard to him than his mother's heart ». (Fulton, Trueblood, et Trueblood, 2009, p. 345)

Ang[2] « This child was never so comfortable anywhere as in the street, for the paving-stones were less hard to him than his mother's heart ». (Hugo, 2009)

Ara لم يكن هذا الطفل ليستشعر فيضا من السعادة إلا في الشارع. إن حصباه الطريق كانت عنده أقل قسوة من قلب أمه (Ba'labakkī, 1979, pp. 42-43).

On remarque à travers ces traductions que l'effet émotionnel est parfaitement rendu, la fidélité est ici relative à l'idée. De plus, il n'y a aucun signe d'injonction de suivre la structure formelle de l'original, les versions arabe et anglaise ont tiré le meilleur du potentiel stylistique pour rendre le sens de l'original.

Le deuxième exemple est tiré de la version bilingue des récits de voyages de l'explorateur Ibn Batuta en plusieurs tomes – il s'agit ici du premier tome – compilés et traduits par les deux orientalises Charles Defrémery et B.R Sanguinetti, tous deux spécialistes de la littérature arabe et persane (Ibn Batuta, 1853, pp. 27-28) :

Ara «... ثم وصلنا في أول جمادى الأولى إلى مدينة الإسكندرية حرسها الله وهي الثغر المحروس، والقطر المأنوس، العجيبة الشأن، الأصيلة البنيان، بها ما شئت من تحسين وتحصين، ومآثر دنيا ودين، كرمت مغانيها ولطفت معانيها وجمعت بين الضخامة والإحكام مبانيها...»

Fra « Nous arrivâmes enfin le premier jour de Djomàda premier (5 avril 1326) à la ville d'Alexandrie (Que Dieu veille sur elle !). C'est une place frontière bien gardée et un canton très fréquenté ; un lieu dont la condition est merveilleuse et la construction fort solide. Tu y trouveras tout ce que tu désires tant sous le rapport de la beauté que sous celui de la force, et les monuments consacrés aux usages mondains et aux exercices du culte. Ses demeures sont considérées et ses qualités sont agréables. Ses édifices réunissent la grandeur à la solidité … »

Pour cette traduction on ne peut que saluer les efforts des traducteurs qui rendent en un français magistral chaque idée exprimée en langue arabe même si le jeu allitératif est loin d'être atteint (une seule fois avec « frontière bien gardée / canton très fréquenté » ; « الثغر المحروس و القطر المأنوس » à cause de l'abondance d'allitérations qui sont une spécificité de l'art oratoire, de la

poésie et du style narratif arabes. Le reste du jeu d'allitération est bien paraphrasé. Ce qui compte également dans cet exemple, c'est le parfait rendement de l'effet émotionnel, on remarque également que la traduction française ne peut reproduire aussi bien l'effet de glorification tel qu'il est exprimé en arabe avec des verbes conçus pour la glorification dans l'art oratoire « كرمت مغانيها » et « جمعت بين الضخامة والإحكام مبانيها ».

Dans un autre registre, ce qu'il y a de *« linguistique »* dans la traduction littéraire, ce sont les *« disparates »* évoqués par Georges Mounin dans le processus de traduction littéraire. Par ce terme *« disparates »*, on évoque les incohérences de manière de traduire ou plus vulgairement les dérapages au niveau de l'unicité de la langue de la traduction qui compromettent la réceptivité de l'œuvre traduite, et ce en dépit du respect des convenances de rédaction de la langue cible. Le problème vient du fait que le traducteur emploie un ton qui n'est pas le même dans l'œuvre originale, la différence au niveau du ton peut être percevable sur la dimension polyphonique d'un roman traduit ou bien lorsqu'il y a un *shift* dans le registre de langue dans la traduction [passage d'un registre soutenu dans la langue de départ vers un registre argotique en langue cible] ; le piège des disparates émerge lorsqu'on a des textes qui ne sont pas contemporains et qu'on veut remettre au goût du jour sur la scène littéraire. Dans ce cas, le traducteur a le choix de « familiariser » l'ancien texte en le décolorant de toute son étrangeté pour lui donner une nouvelle identité qui s'inscrit dans une tradition littéraire qui sied à un public contemporain. En revanche, le traducteur peut également « dépayser » le texte de sorte qu'il conserve son exotisme spatio-temporel, qu'il soit livré au lecteur sans que ce dernier n'oublie qu'il est devant une autre langue, un autre siècle et une autre civilisation (cf. Mounin, 1976, pp. 118-119).

Les techniques de traduction qui requièrent de la pertinence formelle comme la traduction par transcodage sont différentes au niveau opératoire des traductions littéraires. À ce propos, les essais de traductions automatiques n'ont jamais porté sur le domaine littéraire. Tous les partisans de l'automatisation du langage étaient convaincus que jamais ils ne pourront faire mesurer la machine à l'esprit littéraire, à l'image de Warren Weaver qui prédisait que la traduction automatique aurait un essor considérable dans le futur à l'exception de la traduction littéraire dans la mesure où celle-ci traite des faits de génie de langue, de style et des transformations créatrices trop complexes pour le fonctionnement de la machine. Celle-ci respecte scrupuleusement le plan de travail qui lui a été tracé et en dehors de toute question de vocabulaire spécial à telle technique plutôt qu'à l'autre, la machine ne peut s'aventurer dans des zones où elle serait inutilisable comme celles de la traduction artistique (cf. Warren Weaver, résum de citations 1956, 1957 et 1958 cité in ibid., pp. 122-123).

Jean-Claude Margot distingue à l'image d'Eugène Nida cinq facteurs culturels à prendre en considération en traduction littéraire, qu'importe le degré d'écart entre les langues mises en jeu

dans le processus ainsi que leurs cultures respectives : il s'agit de facteurs écologiques, de culture matérielle, de culture sociale, de culture religieuse et de culture linguistique. Tous ces facteurs s'articulent autour du découpage de l'expérience au moyen d'un vocabulaire qui varie d'une langue à l'autre. Chaque entité ayant un point fort dans le découpage d'une expérience à cause du vécu. Ce qui donne un message étroitement lié à la culture dans laquelle son auteur est enraciné et sa traduction exige que l'on fasse beaucoup d'efforts sur l'investigation dans les différences de culture entre les langues mises en correspondance dans l'opération traduisante.

La théorie de la traduction s'est intéressée à l'opposition entre la lettre et l'esprit lesquels entrent dans la problématique de la langue d'une œuvre littéraire. D'une part « les sourciers », les partisans du rattachement du sens aux valeurs du texte original préconisent que la traduction doit garder toutes les caractéristiques du texte original. Les ciblistes à l'instar de Norman Shapiro préconisent dans l'acte de traduction la création d'un texte dont la transparence est si frappante qu'il serait difficile de l'appeler traduction (Oustinoff, 2018, pp. 47-48). Cette opposition tant connue en littérature de la traduction *(la dichotomie « sourciers vs ciblistes »)* n'a jamais constitué matière à débattre sur l'opération traduisante en théorie linguistique de manière intense comme elle l'a été dans les arcanes de la traduction littéraire. D'une part, la vision sourcière s'articule plus précisément autour des choix orientés vers la primauté de la langue d'origine et inversement la vision cibliste préfère des choix orientés vers la reformulation dans la langue de destination. Friedrich Schleiermacher a préféré relativiser le débat sur ces orientations dans son texte célèbre de 1813 : *« Ou bien le traducteur laisse l'écrivain le plus tranquille possible et fait que le lecteur aille à sa rencontre, ou bien il laisse le lecteur le plus tranquille et fait que l'écrivain aille à sa rencontre »* (cf. Schleiermacher cité par, Oustinoff, 2018, p.49). On se fait donc *« sourcier »* ou *« cibliste »* selon la matière à traduire et à juste titre, les principes d'équivalence formelle et dynamique d'Eugène Nida dans son ouvrage *« towards a science of translating »* constituent l'un des arguments forts des ciblistes qui condamnent l'équivalence formelle consistant à rendre mécaniquement la forme de l'original et en lui préférant l'équivalent dynamique qui transforme le texte source de manière à produire le même effet dans la langue cible. Il convient de dire à ce propos de ce débat que le fait de s'en tenir à la lettre conduit à la distorsion du sens. (Oustinoff, 2018, p. 50).

En s'appuyant sur la dichotomie *« sourciers vs ciblistes »,* Antoine Berman, qui a été opposé à un déséquilibre de choix dans l'attitude traductive, a mis en lumière deux types de traduction : *« la traduction ethnocentrique »* et *« la traduction hypertextuelle »* ; la première occulte toute trace de la langue d'origine et ramène tout à sa propre culture, elle juge que tout ce qui est en dehors de celle-ci devrait être annexé sous une logique dominative ; la seconde adopte une attitude inverse, le texte traduit s'engendre par adaptation, par fidélité extrême, plagiat etc. (Cf.

Sciarrino, 2016, p. 124). L'ethnocentrisme, qui est une attitude intellectuelle des auteurs qui estiment que leur culture est supérieure aux autres et qui traduisent sous une idéologie supérioriste a posé des problèmes de réceptivité de traduction et beaucoup d'intellectuels ont appelé à sa condamnation (Margot, 1979, pp. 82-83). Traduire la littérature signifie être sensible au facteur culturel et être animé d'une seine curiosité et vouloir comprendre même ce qui nous semble fâcheusement bizarre au premier contact (ibid., p.83). La méconnaissance de certains traits culturels provenant de diverses sources (culture matérielle, mythes, rites etc.) conduit à des pièges de traduction comme les faux-amis culturels, les fausses allusions, comme dans l'exemple suivant :

Fra *Le Caïd de la bande a mis la main sur un secteur longtemps monopolisé par son rival*

Ara اقتحم زعيم العصابة قطاعا كان منذ مدة تحت سيطرة غريمه.

Cet exemple – même s'il paraît un peu particulier du fait qu'on a le mot Caïd lequel est originellement arabe et qu'il est utilisé sous une nouvelle couleur en langue occidentale – est intéressant dans la mesure où la traduction du mot Caïd par processus rétroactif [du français vers l'arabe] ne renvoie pas à son sens initial قائد mais plutôt à زعيم *[za'îm]* qui porte une valeur négative tel que l'exprime Caïd en langue source.

Un deuxième exemple :

Fra Ils s'assirent autour d'une grande table en attendant le dîner.

Ara التفوا حول مائدة كبيرة في انتظار العشاء

Dans cet exemple, c'est plutôt la culture matérielle qui oriente le choix de la traduction. Dans la tradition occidentale, une table peut prendre diverses formes, rectangulaire, ovale, carrée ; elle est relativement haute, disposée dans une grande salle à manger avec des chaises, ceci constitue un environnement culturel immédiat qui a une forte emprise sur la langue. Pour la culture arabe, *El meida*, est une table basse et multiforme également, et ce fait même qu'elle soit basse et qu'autour d'elle se réunissent les membres d'une famille fait jaillir des valeurs symboliques d'unicité familiale et de modestie.

Antoine Berman considère la traduction comme une restitution embellissante, esthétisante du sens (Berman, 1985, p. 13), l'acte de traduire dans son essence, repose sur la traduction de la lettre, *« du texte en tant qu'il est lettre »* (ibid., p.25). La traduction fait opposer le mot à la lettre. Dans la traduction des formes sentencieuses, comme développé avec les procédés de Vinay et Darbelnet, qui ont été travaillés d'abord sur le plan empirique avant d'être proposés comme procédés de traduction, l'équivalence entre deux proverbes peut satisfaire le même plan

idéique, mais pour l'opération littéraire, on vérifie le rythme, la longueur, la concession et les éventuelles allitérations (Berman, 1985, p. 14). Exemple 1 :

Esp *« A cada día le basta su pena, a cada año su daño »*
Fr *« A chaque jour suffit sa peine, **à** chaque année sa déveine »*

Exemple 2 :

Ang *« Birds of feather flock together »*
Fr *« Qui s'assemble se ressemble »*

Ces deux exemples montrent que même si l'on porte exclusivement l'attention sur le plan idéique, la traduction de ces proverbes concerne également la forme littéraire dotée de structures allitératives qu'il convient de produire avec d'autres moyens : « le double jeu allitératif de l'original [día/peña ; peine/déveine] + [feather/together ; assemble/ressemble] témoigne d'un remplacement d'allitérations ; ce n'est pas du mot à mot, mais c'est la structure allitérative du proverbe original qui se manifeste dans la traduction avec une autre forme, telle est donc la constatation de Berman : *« ni calque, (ni problématique) de reproduction mais attention portée au jeu des signifiants »* (ibid.,). Il préfère parler de réflexion plutôt que de théorie, il se situe en dehors du cadre conceptuel fourni par l'opposition théorie pratique, qu'il préfère remplacer par le couple expérience et réflexion (ibid., p. 16). L'association des mots expérience et réflexion est ce qui convient le mieux à une opération de traduction littéraire qui est un exercice beaucoup plus ardu que celui de la recherche des équivalences ou de sens invariants. Tout exercice de traduction, ses difficultés, ses ambiguïtés, ses bonnes et fausses pistes, les intuitions qu'elle crée sont versées sur le compte de l'expérience : *« Telle est la traduction : expérience, expérience des œuvres et de l'être-œuvre, des langues et de l'être-langue. Expérience en même temps d'elle-même, de son essence. En d'autres termes, dans l'acte de traduire est présent un certain savoir, un savoir qui est sui generis »* (ibid., p.16). Ce qui correspond donc avec le point de vue d'Edmond Cary sur le fait que la traduction est un art, une opération *sui generis*. D'ailleurs, la nature de l'expérience est celle qui alimente le mieux la traductologie qui est beaucoup plus une philosophie de la traduction, qu'un amas de théories surclassées, qui n'est pas une discipline objective mais une pensée de la traduction qui s'efforce de mettre à jour, en explicitant le savoir inhérent à l'acte de traduire, ce que celui-ci a de commun avec l'acte de traduire (cf. ibid., pp 17-18-19). Plutôt que les théories, la réflexion et l'expérience sont les traits les plus caractérisants de la pensée moderne qui siéent bien à la pensée traduisante : *« pas de grande traduction qui ne soit pas, aussi, pensée […], la traduction peut fort bien se passer de théorie, non de pensée et cette pensée s'effectue toujours dans un horizon philosophique »* (ibid., p. 17). La théorie selon lui agit comme un cadre référentiel qui sanctionne, suggère, régit, commente

l'acte de traduction ne touchant nullement à son essence[36] , c'est pourquoi il propose trois traits caractérisants dont deux cités plus haut :

> « Culturellement parlant, elle est ethnocentrique, littérairement parlant elle est hypertextuelle et philosophiquement parlant platonicienne, l'essence ethnocentrique, hypertextuelle et platonicienne de la traduction recouvre et occulte une essence plus profonde qui est simultanément éthique, poétique et pensante. Dans ses régions les plus profondes, traduire est lié à l'éthique, à la poésie et à la pensée » (Berman, 1985, p. 26).

Les ruptures épistémologiques qui séparent les théories de traduction ont toujours été discutées par des théoriciens, des linguistes-traducteurs, des universitaires et surtout par les praticiens expérimentés ayant un fort ancrage dans le domaine. La traduction littéraire est celle qui alimente le plus les débats à cause de la nature des problèmes qu'elle traite et du fond du texte littéraire, ses traits distinctifs sur le plan discursif et son rayonnement culturel en rapport avec tous les autres textes du même genre. Il est très difficile de dresser une diachronie minutieuse de la traduction littéraire avec tous ses méandres.

Plus explicitement, s'il a été plus ou moins possible de délimiter les différences les plus notoires en traduction pratique entre ce qui est linguistique, ce qui est interprétatif et ce qui est pragmatique (inférentiel) et intersémiotique, c'est que l'analyse du discours et l'étude des corpus parallèles ont permis d'aboutir à ces découpages en rapport aux objectifs de communication. Par ailleurs, l'analyse littéraire est bien plus complexe pour être suffisamment maîtrisée par une théorisation en traduction, chaque œuvre est unique, chaque auteur a sa propre façon d'exprimer son ressenti dans son œuvre, les mouvements littéraires sont nombreux, circonstanciels et échappent à une systématisation théorique.

Dans un article touchant à la notion de *« transfert culturel »*[37], Jörn Albrecht expose quelques caractéristiques distinctives de la traduction littéraire dont nous avons résumé les plus importantes (Albrecht, 2007, [résumé] pp. 38-39-40-41-42-48) :

Dans le domaine littéraire, il existe ce qu'on appelle une tradition de discours qui est une façon d'écrire, elle suppose que l'on devrait avoir une caractéristique particulière pour notre

[36] Ce qui n'est pas le cas pour George Steiner qui estime que la théorie est un modèle historique-psychologique, en partie déductif et en partie intuitif, des opérations de langage lui-même « une compréhension de la compréhension ». D'ailleurs pour Steiner, le premier critère d'analyse d'une œuvre littéraire commence par l'idée qu'on se fait de cette œuvre, son interprétation qui est un point de départ vital : en lisant un texte du passé ou un best-seller nous traduisons inconsciemment. Et en dehors du facteur spatio-temporel on interagit avec l'œuvre par « interprétation », « transformation », et « communication ». L'interprétation renvoie au premier contact avec le contenu de l'œuvre. Par traduction on reformule notre propre idée interprétée, on concrétise tout le processus. (Meschonnic, 1978, p. 195).

[37] Il s'agit d'un article intitulé : *« La traduction des poststructuralistes français en allemand : un cas de « transfert culturel » ?* publié dans un ouvrage sous formes d'actes regroupant une série d'interventions portant sur la traduction littéraire et notamment culturelle, dans lequel Jörn Albrecht s'est interrogé sur l'impact que la traduction d'un discours philosophique étranger était susceptible d'exercer sur celui d'une culture d'accueil.

langage. *« Une tradition de discours est une technique linguistique de traiter certains sujets ; une technique linguistique suivant certaines règles qui ne s'identifient pas tout simplement avec les règles d'une langue au sens traditionnel du mot ».* En littérature, un auteur innove par bien des façons, ll développe un langage propre, s'inspire de mouvements littéraires comme le romantisme; il décide du sort de la réceptivité de son œuvre et en ce sens, il opte soit pour l'universalité des messages qu'il veut transmettre avec des codes de communication visant un public cultivé ; soit il se tourne vers l'expressivité dans une communication nullement axée sur une tradition littéraire en nourrissant notamment son discours par des néologismes et des vocables insolites, l'expressivité peut être mise en valeur à travers l'archaïque, l'argot et des mots étrangers, l'application de préfixes inusités à des mots communs et des adverbes bizarres.

Pour le littéraire, la langue est un atelier dans lequel il entreprend tout ce dont son imaginaire lui fournit, c'est un point de rencontre entre l'émotion et le système linguistique servant à rendre l'œuvre esthétiquement formelle, un acte de langage exceptionnel ; lorsqu'on reste émus devant un passage, on n'admire pas le texte mais l'âme créatrice de l'auteur qui a réussi à faire jaillir son imaginaire dans un système de signes observables.

En décrivant scrupuleusement le style de l'auteur brésilien Guimarães Rosa à travers son œuvre majeure *Grande sertao veredas,* Marcelo Backes cite ses particularités les plus infimes :

> Le plus grand romancier brésilien du XXe siècle crée aussi dans le domaine de la phrase, c'est-à-dire au niveau syntaxique, en opposant des articles inusuels qui vont jusqu'à particulariser ce qui est caractéristiquement optionnel et vague…il ponctue de façon carnavalesque, montrant de l'enthousiasme par la virgule qui syncope le texte et un désamour pour le point final, comme s'il voulait respecter le flux de la conversation et non les règles de la grammaire en faisant une ponctuation esthétique et non orthographique (Albrecht, 2007, p. 39).

Entre une écriture standardisée ou systématisée et une écriture plus libre et non conventionnelle, les caractères distinctifs de l'écriture littéraire sont bien là ; on se libère de la dictature des dictionnaires, on rompt les amarres de la grammaire, on se détourne de la convention pour atteindre l'essence, on brise le silence des mots par le bruit du discours ; le néologisme, résidu des faits linguistiques émanant des interactions sociales les plus diverses, figure parmi les traits distinctifs de la création littéraire.

Le propre de l'analyse littéraire est le fait de soumettre l'écrit de chaque auteur à une analyse rigoureuse qui cherche l'origine de son art, ses inspirations qui l'amènent à révéler sa subjectivité, ses mots ethniques par exemple, issus des bouillons de culture qui font oublier la banalité du langage routinier quel que soit le registre.

Le caractère ingénieux de la création littéraire est destiné à arracher le lecteur au marasme, et l'attirer sur « l'idée », lui faire chercher le sens. L'objectif de l'auteur, est de secouer la

superficie de la langue, de retenir l'attention du lecteur à travers ce qui est inusuel fuyant le mot vicié du quotidien.

Le fossé qui sépare l'analyse littéraire de l'analyse de textes spécialisés est la fiction. Dans la traduction spécialisée nous discutons de faits factuels, des données scientifiques, de la terminologie et de la transférabilité de normes d'un registre scientifique d'une langue à l'autre. La fiction, elle, est la marque de fabrique de « la littérature », (terme entendu dans sa fonction définitoire, originelle, car la littérature scientifique existe aussi). En fiction, on ne décrit pas le monde, on le représente et on le fait parler ; on tente d'escamoter sa perception usuelle chez l'autre et on tue la stricte réalité. Ainsi Tolstoï affirmait : *« si tu décris le monde tel qu'il est, il n'y aura pas dans tes mots que bien des mensonges et aucune vérité ».*

Les objectifs des traducteurs littéraires et spécialisés divergent. Les premiers cherchent à correspondre des appellations émanant de groupes d'experts scientifiques, des économistes, ces appellations découlent de la langue de spécialité qui traite d'un corpus de termes appartenant à un domaine particulier. Chaque expert scientifique décide du vocable qui présente son invention en fonction d'une conjoncture scientifique pure, l'invention est plus analogue à la science, la création est analogue à l'art et à la littérature ; un terme scientifique quel qu'il soit, doit passer par un processus onomasiologique et sémasiologique pour que son existence soit reconnue par la communauté scientifique et pour qu'il puisse ensuite figurer dans les dictionnaires spécialisés. Au fur et à mesure qu'un terme scientifique est diffusé, il est normalisé, il se peut qu'il n'ait pas d'équivalent dans une autre langue et cela dépend du domaine, ou qu'il en existe un mais pas tout à fait similaire car les circonstances ayant conduit à l'émergence des deux ne sont pas les mêmes. C'est pourquoi un traducteur spécialisé cherche à traduire des textes, d'en transférer des normes et d'établir un parallélisme interlinguistique en rapprochant au mieux les termes. En somme, la traduction en milieu scientifique se soucie davantage du problème de substitution de termes scientifiques entre langues.

Les interrogations du traducteur littéraire sont dans une large mesure une traduction spécialisée mais plus complexe et cela dépend entièrement de la manière dont un auteur écrit son œuvre. En milieu scientifique, on cherche la pertinence de l'équivalent technique choisi, un traducteur littéraire considère d'autres paramètres du discours tels que le ton et le pouvoir créatif, la résonnance des néologismes, variations de registre, les valeurs culturelles comme style communautariste, ou revendicatif, révolutionnaire. En vrai, le problème se situe dans le *« linguistique »* et dans *« l'extralinguistique ».* En traduction littéraire, le mot à mot par exemple est une fausse piste, contrairement aux traducteurs des textes spécialisés qui travaillent généralement en collectivités (associations, agences). Ces derniers se consultent mutuellement et convergent dans la majorité sur un terme ou sur une phraséologie scientifique. L'appellation

de *« second auteur »* tant rejetée par les traducteurs professionnels pour des raisons de « statut » et des problèmes de patronage des maisons d'éditions ne concerne vraiment pas dans ce contexte précis les traducteurs littéraires, parce que ces derniers participent à une recréation d'une œuvre dans une autre langue et cela n'est pas sans risques :

1. Un risque lié à la réception de l'œuvre chez le public cible et son thème général ;
2. Un risque lié à la transposabilité linguistique ;
3. Un risque, plus crucial, lié à la sensibilité idéologique en socio-historique comme la traduction postcoloniale.

À l'appellation second-auteur s'ajoute une autre : *« médiateur culturel »* ou *« agent culturel »*, les appellations synonymes de consolation pour les traducteurs qui se livrent à des exercices ardus en littérature car chaque œuvre est unique ; les traducteurs littéraires ont diverses interprétations des œuvres, ils divergent en méthodologie, ou sur le degré d'implication par rapport à l'œuvre traduite et son auteur et par conséquent, la question la plus difficile du traducteur littéraire se caractérise surtout dans l'opposition traditionnelle fidèle ou non fidèle.

Si l'on opte pour l'esthétisme, on est infidèle à la lettre, et si l'on opte pour la forme on devient infidèle à l'idée, le choix n'est pas si simple d'autant plus qu'il faut gérer d'autres paramètres linguistiques et stylistiques comme l'étrangeté des constructions, les jeux linguistiques, l'étrangeté, les expressions inusuelles. La traduction littéraire interroge le transfert culturel et lorsqu'on traduit un texte, il se produit toujours dans une plus ou moins grande mesure, un transfert culturel, ce transfert n'atteint parfois qu'une personne (le traducteur), parfois beaucoup de gens, rarement la masse. Quelquefois, l'assimilation est passive de la part du pays d'arrivée, très souvent le transfert est marqué par le commun, par le cliché.

Pour Nathalie Courcy, l'œuvre en traduction est comprise et travaillée par trois entités littéraires subjectives et distinctes (Courcy, 2007, Chap. 5, §1) :

1. L'auteur (et à travers lui, le premier public par lequel le texte a été écrit) ;
2. Le traducteur (lui-même lecteur qui reçoit le texte d'une certaine façon et le rend d'une façon particulière) ;
3. Le lecteur de la version traduite dont les attentes et la compréhension sont différentes du lecteur premier.

Par ailleurs et dans le domaine de la poésie (laquelle est aussi une problématique de traduction littéraire), la traduction d'un texte poétique devrait permettre d'accomplir le même « va-et-vient » entre la manifestation linéaire et le contenu. La poésie présente une série de contraintes au niveau de la manifestation linéaire qui détermine le contenu et vice-versa, comme pour le

discours à fonction référentielle. Lorsqu'on traduit un texte poétique, on vise à le remanier entièrement et le recréer sous une autre forme (en essayant de rester fidèle non à la lettre mais au principe inspirateur, dont l'identification dépend de l'interprétation critique du traducteur) (Eco, 2006, p. 369).

Une traduction *« poétique »* ou *« de poésie »* appelle à comprendre le système intérieur d'une langue et la structure d'un texte donné dans cette langue et à construire un double du système textuel qui, sous une certaine description, puisse produire des effets analogues chez le lecteur, tant sur le plan sémiotique et syntaxique que sur le plan stylistique, métrique, phonosymbolique. La description fait ici référence à l'acte de traduire lui-même, un acte de passion ou un acte émotif qui n'entre pas forcément dans un quelconque noyau de fidélité qui serait préalablement délimitée de manière consciente ou inconsciente par la source, ce qui conclut que la marge de fidélité dépend des objectifs que le traducteur s'est fixés (cf. Eco, 2006, Chap. I). Le propre de la traduction réside dans le fait que la connaissance parfaite de l'original d'une œuvre, ne devrait pas nous empêcher de briser les contours de l'original et de livrer une autre facette de lui-même dans un autre système, dans une autre culture et/ou agir dans le sens que la traduction *« à reculons »* nous conduit à rendre une sorte de copie de l'original. Le défi de la traduction est d'aller vers le défi artistique et de chercher comment un artiste traducteur s'est colleté (en termes à la fois de défi et d'hommage avec l'artiste traduit) (Ibid.), et il est enfin établi qu'une traduction ne se limite pas à un passage entre deux langues, mais entre deux cultures ou deux encyclopédies ; un traducteur ne considère pas que les règles linguistiques, mais il tient compte également des paramètres culturels qui jouent un rôle important dans le transfert (Eco, 2006, pp. 207-208).

3.3 Le niveau interprétatif et pragmatique

Dans cette partie nous nous attelons à l'étude des théories interprétative et pragmatique. Nous les étudions ensemble car l'une complète l'autre ; elles ont constitué une révolution majeure dans les études de traduction, elles mettent en lumière les pouvoirs interprétatif et pragmatique et constituent une rupture épistémologique avec la traduction envisagée jusqu'à la fin des années 1970 comme une opération linguistique dont le transcodage est son trait le plus marquant.

3.3.1 Le niveau interprétatif

L'interprétation provient du mot latin *« interpretatió »* qui signifiait que l'on songeait à un monde linguistico-culturel différent du nôtre. Dans la mythologie antique, on parle de dieux appartenant à une culture qui seraient « traduits » ou « ramenés » à une autre culture dans le but de faire initier leur nature et la faire comprendre. S'il s'agit d'un texte grec, on parle alors *d'« interpretatió grecqua »* tout comme *« interpretatió latina »* ou *« romana »* si l'on traite un contenu romain ou latin. En mythologie, l'interprétation consiste en un travail critique du texte, sur sa nature, sur le temps de sa parution, sur sa relation avec d'autres textes qui lui ressemblent ou avec d'autres textes contemporains qui confirment ou infirment la pertinence de son contenu (cf. Le Quellec et Sergent, 2017).

Dans le Larousse compact (Larousse, 2005), le mot interprétation signifie *« une action d'interpréter »*, de donner un sens à quelque chose : *« une interprétation d'un passage d'un livre »*. Comme synonymes l'on a *« commentaire ou explication »*[38]. L'interprétation est également entendue comme une exécution matérielle ou une manière de représenter, de jouer un rôle cinématographique, de danser *« faire une chorégraphie »* dans une œuvre artistique. Le mot *« interprète »* peut être une personne qui traduit oralement une langue dans une autre ou une personne chargée de déclarer ou de parler au nom d'un groupe, comme c'est le cas d'un employé qui agit comme interprète de ses collègues au syndicat. En psychologie, l'interprétation est une chose subtile, un outil incontournable dans la recherche scientifique, une opération intelligente qui varie d'un individu à un autre et qui peut être également un don de déceler et de comprendre le fond des choses. « *La notion d'interprétation s'appuie sur un large*

[38] L'interprétation est différente du commentaire ou de l'explication ; la différence se situe au niveau de la connaissance réelle du sujet ou de la chose traités. Lorsqu'il s'agit de l'interprétation il y a effort de compréhension qui doit être effectué pour dissiper la confusion autour du sens. Tel n'est pas le cas de l'explication ou du commentaire où l'on fait preuve d'une maîtrise du sujet ou de la chose traités et on se sent capable de rendre compte de leur vérité. Paul Ricœur estime que *« explication »* et *« interprétation »* constituent une paire contrastée. L'interprétation a des connotations subjectives et spécifiques tels que l'implication du lecteur dans le processus de compréhension et le fait d'avoir suivi l'interprétation par guidage du texte ou l'idée qu'on s'est faite du texte par anticipation. L'explication reste, de l'autre côté, liée à l'objectivité et à la non-implication qui caractérise l'explication scientifique des choses (Cf. Ricœur, 2010, p. 92).

spectre sémantique et sur des acceptions de sens communs assez répandues » (Revue française de psychanalyse, 2003, intro, §1) :

> « Le comédien interprète un personnage, et le musicien une partition ; l'exégète, lui, interprète un texte sacré, tandis que le traducteur interprète un fragment de texte écrit dans une autre langue. Et le scientifique doit interpréter des phénomènes physiques (pour en trouver les causes) ou des évènements sociaux et humains (pour en trouver les raisons) (ibid.,).

Pour Yvan Élissalde, dans un cadre philosophique, l'interprétation s'inscrit dans un champ illimité ou indéfini ; il juge qu'il serait incompréhensible de penser qu'elle est limitée, c'est ce caractère même qui atteste de sa valeur. L'interprétation n'est pas la science du sens, estime-t-il, elle repose sur la conviction contemporaine (celle d'un monde tel que nous le vivons aujourd'hui et qui ne tourne pas autour de l'absolutisme, du sens unique et du stable**),** qui le dote d'un indéfini épistémologique. Autrement dit, ce que l'on interprète à partir d'un document ou que l'on croit comprendre ne constitue pas une finalité : *« l'interprétation ne saurait être limitée par son achèvement même c'est-à-dire par sa fin, au double sens du terme (but et arrêt), l'arrêt coïncidant avec l'atteinte du but), le sens n'étant pas d'objet de savoir, le travail de l'interprète ne peut être* ***a*** *priori qu'indéfini »*, l'interprétation au fil du contact par réseaux est toujours révisable et perfectible (cf. Élissalde, 2000, pp. 8-9-14).

Antoine Marchand, spécialiste de l'histoire et de la philosophie ancienne, dans son analyse des caractéristiques de l'interprétation des textes sacrés, considère que celle-ci suppose par elle-même un soupçon sur la possibilité d'accéder à la vérité des choses. Raison pour laquelle le sens est une quête tout aussi importante que la vérité à propos d'une chose et qu'il y a matière à interpréter quand l'évidence de la vérité fait défaut, c'est une question qui peut concerner n'importe quel champ d'étude et qui peut s'étendre à la vie de l'homme en général (Marchand, 2010, §1).

Nous avons relevé, dans son article intitulé *« Saint Augustin et l'éthique de l'interprétation »*, dans lequel il analyse les méthodes adoptées par saint Augustin dans la lecture et l'interprétation des textes bibliques que ce dernier estime que l'interprétation des textes bibliques repose sur trois points :

1. L'interprétation est un effort dévoué à la recherche spirituelle de la vérité portée par l'écriture c'est-à-dire la parole divine. Elle est issue d'un travail exégétique sur le texte biblique à la lumière d'une théorie générale de la compréhension. Sous la forme d'une théorie du signe derrière lequel un effort intellectuel doit être consenti.

2. Il y a interprétation quand nous avons affaire à un passage obscur, ambigu ou opaque. Cela sous-tend que l'interprétation ne se borne pas à expliquer quelque chose d'évident.

3. L'interprétation concerne une « relation de signification » dans laquelle le lecteur n'accède pas immédiatement à ce qui est signifié et le signe (scripturaire) ou le mot constitue l'étape de mi-parcours et sa compréhension suppose dès lors de porter le regard au-delà de lui-même, d'aller à ce à quoi il réfère, à la source, au concept (ibid., résum pp. 11-12-13 et 14).

En effet, la compréhension d'un signe implique qu'il ne faut pas s'arrêter à sa matérialité, c'est-à-dire ne pas regarder ce que sont les choses mais plutôt ce qu'elles désignent et qu'elles ne sont pas. Il existe des signes naturels (jaunissement d'une feuille de platane, lever ou coucher du soleil) et un signe avec lequel on agit par inférence *« Ce qui est signifié est une intention. La norme de la compréhension est alors réglée par la volonté d'approcher au plus près le mouvement de l'esprit […] de l'auteur du signe »* (Ibid., 14-15).

Par ailleurs, l'interprétation entretient un lien étroit avec l'herméneutique, selon les penseurs les plus éminents dont Paul Ricœur qui lui a consacré au moins un chapitre détaillé dans la majorité de ses ouvrages. Elle rentre, d'une manière très générale, dans l'analyse de contenu (cf. Ruquoy et Remy, 2019).

Paul Ricœur dans son ouvrage *« Du texte à l'action »*, estime que l'herméneutique est la mère de l'interprétation ; il l'a définie comme une théorie des opérations de la compréhension dans leur rapport avec l'interprétation des textes qui permet *« une effectuation »* du discours (Ricœur, 1986, p. 75). Il s'agit là de l'acception particulièrement classique de l'herméneutique (Grondin, 2022, pp. 9-13). Tout travail interprétatif, aussi banal qu'il soit, constitue à l'origine une problématique herméneutique, même lorsqu'il s'agit d'une simple conversation où l'on « s'interprète » mutuellement pour « se comprendre » ; ceci relève de l'herméneutique parce que l'analyse d'une conversation dégage des facteurs essentiels qui réunissent son occurrence en tant que telle, sa continuité dans le temps, son dénouement de manière positive ou négative :

> La polysémie, à savoir ce trait de nos mots d'avoir plus d'une signification quand on les considère en dehors de leur usage dans un contexte déterminé […] La polysémie appelle pour contrepartie le rôle sélectif des contextes à l'égard de la détermination de la valeur actuelle que prennent les mots dans un message déterminé, adressé par un locuteur, précis, à un auditeur dans une situation particulière. La sensibilité au contexte est le complément nécessaire et la contrepartie inéluctable de la polysémie. Mais le maniement des contextes, à son tour met en jeu une activité de discernement qui s'exerce dans un échange concret de messages entre les interlocuteurs et dont le modèle est le jeu de la question et de la réponse. Cette activité de discernement est proprement l'interprétation ; elle consiste à reconnaître quel message relativement univoque le locuteur construit sur la base polysémique du lexique commun. Produire un discours relativement avec des mots polysémiques, identifier cette intention d'univocité dans la réception des messages, tel est le premier et le plus élémentaire travail d'interprétation (Ricœur, 1986, pp. 76-77).

Interpréter un texte consiste à élever au discours la chaîne des signes écrits et discerner le message à travers les codifications superposées propres à l'effectuation du discours comme texte (Ibid., p.77). Paul Ricœur relie l'herméneutique à la philosophie de la volonté, imprégnée d'une démarche de réflexion sur tous les phénomènes qui nous concernent dont le langage (Ricœur, 2010, p. 7).

Selon Jean Grondin, l'herméneutique [39] était une solution adoptée par les intellectuels anciens pour résoudre le sens des écritures qui sont restées mal comprises, ce qui a ouvert la voie à l'interprétation *interpretari* qui est une méthode ou une opération permettant l'accès à la compréhension et à l'*intelligere :*

> Le terme d'interprétation vient du verbe grec *« hermeneuiein »* qui a deux sens importants : le terme désigne à la fois le processus d'élocution (énoncer, dire, affirmer quelque chose et celui de l'interprétation (ou de la traduction). Dans les deux cas, on a affaire à une transmission de sens laquelle peut s'opérer dans deux directions : elle peut 1/ aller de la pensée au discours ou 2/ remonter du discours à la pensée […] le sens d'*« hermenia »* sert d'ailleurs à nommer l'énoncé qui affirme quelque chose » (Grondin, 2022, p. 9).

L'interprétation justifie un effort herméneutique, où *« la quête du sens »* est mise en évidence lorsqu'on remonte du discours extérieur (texte, expression, énoncé) au discours intérieur (pensée). La rhétorique d'expression peut également donner des prémices de sens et les règles herméneutiques ont le plus souvent été tirées de la rhétorique laquelle est un « art de bien dire » fondé sur l'idée que la pensée qui est destinée à être communiquée à autrui doit être présentée de manière efficace dans le discours (ibid., p.10).

Selon l'universitaire, Dieudonné Mushipu Mbombo, l'herméneutique est un nom dense, difficilement saisissable dans sa teneur, un mot souvent réservé à une catégorie d'intellectuels et souvent endigué à l'univers académique. De par son étymologie, il fait référence à *Hermès,* dieu de la communication et du dialogue et c'est à partir de là que le néologisme « herméneutique » est apparu, donnant lieu d'abord en grec à *« herméneutiké »* et *« hermenia »,* ou en latin *« ars interpretandi »* qui signifient art d'interpréter, lesquels trouvent origine dans le verbe grec « *hermeneuin »* qui signifie faire connaître la volonté d'un autre, la traduire et l'interpréter.

Le mot herméneutique, dans sa conception moderne, c'est-à-dire après les XVIIe et XVIIIe siècles est un processus d'échange ou de recherche de sens mais aussi d'interprétation des messages, des discours et des textes, mais les sources lexicographiques n'en donnent ses traits

[39] Originellement herméneutica a été utilisé pour la première fois par le théologien Johann Conrad Dannhauer qui a dessiné les contours de l'herméneutique qu'il a d'abord appelée l'Auslegungslehre (Auslegekunst) → art de comprendre et qu'il a conçue comme une technique d'explication des textes sacrés exponere. (Grondin, 2022, p. 9).

définitoires que superficiellement. La signification du terme n'est pas restée statique. Au départ, l'herméneutique comme art, théorie ou pratique de l'interprétation, de ce point de vue était une maxime. Ensuite, on a doté la discipline d'un ensemble de méthodes rigoureuses permettant la diffusion de l'interprétation commune des écrits et faits humains avec objectivité. L'herméneutique, est finalement passée à une science qui ne porte pas essentiellement sur le texte avec les contributions de Paul Ricœur, de Hans-Georg Gadamer et de Martin Heidegger, Gadamer estime que l'herméneutique a atteint l'universalité quand elle quitte l'interprétation du texte même (Létourneau, 1998, p. 44 et Grondin, 2022, p. 5). Martin Heidegger, lui, l'a beaucoup plus mise sur un chemin de réflexion existentialiste et d'interprétation de toute chose de la vie humaine (Mushipo Mbombo, 2019).

Le principe de l'herméneutique moderne dans le domaine langagier, est de révéler avec exactitude les non-dits d'un auteur, ou de faire révéler à travers ses mots des choses insoupçonnées, c'est ce qu'explique en tout cas Umberto Eco par ce qu'il appelle pragmatique de lecture d'un texte (Eco, 1992, p. 23). L'herméneutique se propose également d'ouvrir la quête de sens à une échelle d'exploration et de réflexion illimitée, c'est-à-dire que celui-ci peut être interprété différemment par chaque individu (Marchand, 2010, p. 15 et Élissalde, 2000, voir supra, p.134). Toutefois, pour les textes sacrés, l'interprétation peut s'avérer un acte sensible justement à cause de la liberté dont un lecteur se donnerait pour interpréter le sens qui lui convient, et dans ce contexte l'excès de liberté conduit aux fausses interprétations et aux incompréhensions. Saint Augustin disait à propos de la Bible qu'elle est sublime et enveloppée de mystères et qu'elle ne se dévoile pas aux profanes. Il a proposé une éthique de l'interprétation. En effet, à partir du moment où il existe toujours un risque d'interprétations multiples du texte sacré et que leurs conséquences touchent à la réceptivité du texte et à la croyance en la parole divine, une interprétation correcte devrait être obtenue à partir d'un modèle exégétique qui conçoit la compréhension comme une rencontre entre un lecteur et un texte, et la pertinence de l'interprétation qui résulte de cette rencontre dépend de ce qu'elle rend possible pour le lecteur, c'est-à-dire la vérité qu'il cherche, ou les éléments lui permettant de la trouver (cf. Marchand, 2010, pp. 15-16 et Cf. Grondin, 2022, p. 12). L'interprétation d'un texte sacré selon saint Augustin exige le passage par deux séries de conditions, une série objective qui suppose que l'objet à interpréter est obscur mais animé par un sens qui doit être relevé et une série subjective qui demande d'une part un engagement du sujet dans ce qu'il y a à comprendre et d'autre part, une croyance dans la vérité de ce qu'il y a à comprendre ; *« l'interprétation demande à être pensée comme une recherche spirituelle de rencontre de la vérité et cette rencontre implique le mouvement conjoint d'un objet à interpréter et d'un sujet interprétant »* (ibid., p. 21). Toutefois il faut reconnaître qu'interpréter le texte sacré a toujours été un dilemme pour

chaque lecteur ; ils se caractérisent par une densité sémantique pouvant donner lieu à une multitude toujours ouverte d'interprétations pêle-mêle (cf. Dib, 2009, p.1).

Dans un autre registre, en théorie de la signification, le philosophe américain Donald Davidson a proposé *« l'interprétation radicale »* qui s'obtient à travers l'analyse de l'échange linguistique. Elle concerne aussi bien l'émetteur que le récepteur ; l'idée de l'interprétation radicale provient de son analyse sur un langage donné et les significations que l'on peut tirer aux premiers degrés**.** François Rivenc résume l'interprétation radicale en épinglant la formule de Davidson : *« les locuteurs sont des interprètes ».* C'est-à-dire que l'on est généralement capable de saisir le sens littéral des mots que notre interlocuteur emploie. On interprète non pas tant ce qu'un locuteur veut dire que ce que ses mots littéralement veulent dire (Rivenc, 1998, p. 8). Toutefois, la philosophe Isabelle Delpla, dans le rapport entre l'acte de l'interprétation, sa portée et le principe de « vérité », compare la réflexion de Davidson sur l'interprétation radicale à celle de Quine sur l'indétermination de la traduction. Davidson a développé ses idées à partir de la psychologie tandis que Quine est parti de l'anthropologie et du behaviourisme pour bâtir des hypothèses de « traduction » de la langue inconnue. Si Quine a expliqué par ses hypothèses que l'indétermination de la traduction d'une situation linguistique de cette langue veut dire plusieurs « interprétations possibles », Davidson ne valide l'interprétation radicale d'une situation linguistique donnée que si celle-ci correspond à la croyance. L'interprétation radicale est obtenue grâce à une interconnexion entre croyance et signification, elle découle de l'usage de vérité selon le logicien Alfred Tarski ; celui-ci étant un partisan de la sémantique formelle anglo-saxonne qui vise à assimiler toute situation, circonstance d'emploi ou contexte dans laquelle les signes ou les énoncés sont émis à la manière d'une sémantique en forme de dictionnaire et sémantique en forme d'encyclopédie pour rendre compte de la signification (Eco, 1992, p. 28). La préexcellence de l'interprétation langagière repose sur le fait d'arriver à réunir dans un plan appelé *« signification »*, les intentions, le comportement gestuel et l'analyse du langage d'autrui. Une phrase est tenue pour vraie en raison de ce qu'elle veut dire et de ce que le locuteur croit. Par exemple, dire que *« la neige est blanche »*, c'est valider dans cette phrase deux conditions implicites : a) une interprétation littérale, linguistique de la phrase ; b) la croyance assez largement répandue du fait que la neige soit blanche (Delpla, 2001, pp. 84-86). *« Donc savoir ce qu'un interlocuteur croit, nous permet de savoir ce qu'il veut dire. La méthode d'interprétation a pour but de résoudre le problème d'interdépendance de la croyance de la signification en gardant constante la croyance autant que possible, tout en essayant de résoudre la signification »* (Ibid., p. 86).

Dans la relation interprétation-traduction, Umberto Eco voit que l'interprétation est un processus cognitif permanent de l'activité du langage (Szlamowicz, 2016, p. 30) ; les

interprétations foisonnent dans l'univers : premièrement, dès que la pensée se met au travail, tout devient interprétable, et deuxièmement, il y a d'abord interprétation, puis traduction et cette dernière est comprise dans un vaste champ de macrosignes. Dans une longue illustration dans laquelle il fait remonter l'interprétation à l'origine herméneutique (puisque l'interprétation s'inscrit dans les racines profondes de la tradition herméneutique et tout processus d'interprétation est une tentative de compréhension ou de déchiffrage de la parole de l'autre et par conséquent, la traduction est un acte d'interprétation), il reprend ce que souligne le philosophe Gadamer : *« toute traduction est l'aboutissement de l'interprétation que le traducteur a donnée du mot auquel il est confronté »* (Gadamer cité par Eco, 2006, p.292). Il explique que la différence entre la traduction et l'interprétation se situe à des degrés, la traduction consiste à rendre un texte dans une autre langue et l'interprétation entre dans la phase de réactualisation du sens du texte[40], dans ce cas-ci elle est précisément une tache interprétative car à l'origine, toute compréhension est une interprétation (Eco, 2006, p. 293). Cependant, Umberto Eco est contre l'idée d'aplatir strictement la notion d'interprétation sur la traduction. Il renforce sa position en se référant aux propos de George Steiner lorsque celui-ci disait en 1975 que la traduction au sens strict est un cas particulier du rapport de communication, que tout acte linguistique réussi trace à l'intérieur d'un langage donné et qu'une théorie de la traduction interlinguale peut désigner un modèle opératif de tous les échanges significatifs (une correspondance générale entre signes). Il s'appuie ensuite sur les avis de Paul Ricœur et Paolo Fabbri. Ricœur estime que la traduction est une reformulation d'une phrase d'une autre manière et Fabbri considère que la traduction est le dénouement d'opération de correspondance de signes. Fabbri se positionne avec Pierce, Jakobson et Steiner en affirmant que le principe général de la traduction est du ressort de la *« sémiosis »* et que toute interprétation est une traduction (ibid., p. 296).

Par voie de conséquence, Umberto Eco estime que la reformulation ou la paraphrase sont des mécanismes de correspondance formelle ne pouvant être considérés comme la traduction à proprement parler. Paraphraser c'est expliquer avec d'autres mots ou expressions que le dictionnaire suggère à titre d'exemple. Or, pour traduire vraisemblablement, on reformule une phrase du texte de départ sur la base d'une conjecture qu'on pose quant au monde possible qu'elle décrit et c'est à ce stade de réflexion qu'on pourra décider du choix de la traduction adéquate (ibid., p. 309). Il prend clairement position sur le débat traduction interprétation en qualifiant la phase qui précède la traduction d'analyse textuelle appuyée par des hypothèses et une lecture critique (interprétation) ; cela est d'ailleurs très proche de la position de

[40] Ce qui concorde avec la théorie interprétative de l'école de Paris, précisément dans les phases de compréhension et déverbalisation.

Schleiermacher sur l'herméneutique laquelle, selon lui, réunit l'interprétation, qu'il considère comme un *« art de comprendre »*, et la critique philologique des textes anciens (Berner, 2010, p. 65). Il conclut :

> Les bons traducteurs, avant de commencer à traduire, lisent et relisent le texte et consultent toutes les aides qui leur permettront de comprendre le mieux possible certains passages obscurs, des termes ambigus, des références érudites… une bonne traduction oriente toujours un certain type de lecture de l'œuvre comme le fait la critique proprement dite, parce que si le traducteur a négocié en choisissant de porter son attention sur certains niveaux de lecture du texte, il a automatiquement focalisé sur eux l'attention du lecteur. Dans ce sens aussi, les traductions de la même œuvre s'intègrent entre elles car souvent, elles nous amènent à voir l'original sous des points de vue différents (Eco, 2006, p. 312).

Il ressort alors que les différences entre les traductions sont à l'origine des différences d'interprétation, car chaque traducteur aura choisi l'hypothèse la plus marquante pour lui et qui le conduit au sens profond à travers la lecture critique et la désambiguïsation des termes difficiles selon le contexte ou à vrai dire le monde possible ; ce va-et-vient avec le texte source est comparable au processus de négociation et l'interprétation est un univers plus vaste que la traduction. Dans cet univers, on distingue plusieurs types d'interprétations :

1. L'interprétation par l'inscription, qui est un procédé de substitution automatique correspondant au langage automatique tel que le code morse ;

2. L'interprétation intrasystémique se passe à l'intérieur d'un même système sémiotique, elle correspond à ce qu'entend Jakobson par rewording (reformulation). On peut l'exemplifier par la pantographie d'un dessin ou quand on simplifie une carte dans le but que son contenu soit révélé avec d'autres signes, rendre plus évident le contour d'un pays ou d'une région mais qu'on reste toujours dans le même « environnement sémiotique proposé par la carte » (ibid., p. 300) ; en évoquant l'interprétation intrasystémique, Umberto Eco considère que des techniques comme la paraphrase, le résumé, la scolie, le commentaire, la vulgarisation et même la parodie sont des formes d'interprétation car le fait qu'un même contenu soit exprimé avec des substances différentes est admissible justement par amour de l'interprétation (Ibid., p. 302).

3. L'exécution, elle, fait partie des formes particulières de l'interprétation, elle porte à titre d'exemple sur la mise en scène d'une pièce théâtrale par un interprète qui s'appuie sur un texte qui devient ensuite partition écrite devant être réalisée en sons, gestes, paroles prononcées ou chantées à voix haute. Dans un texte théâtral, les mots écrits sont transformés en sons vocaux.

Si on analyse le processus interprétatif, on voit que la première lecture superficielle permet d'établir le premier contact avec le texte ; le sens littéral d'un mot s'il ne présente pas d'ambiguïté permet de dévoiler son appartenance à un univers de référence c'est-à-dire un monde possible (ibid., p. 59), mais pour arriver à cette conclusion, il y a plusieurs *mondes*

possibles qui correspondent à *plusieurs hypothèses* et chaque piste requiert son mode de recherche et ses outils ; il y a par exemple des compétences encyclopédiques littéraires propres aux recherches dans le domaine littéraire. Au niveau de la phrase ou du texte, l'interrogation sur le sens se renouvelle au fur et à mesure que l'on progresse dans la lecture et à chaque apparition d'un nouvel élément dans la suite linéaire. Le but est de découvrir à travers les indices *le monde profond du texte*. Pour expliquer le processus de traduction, on négocie la signification exprimable par la traduction parce que la négociation fait partie de la nature de l'échange, on négocie toujours, au quotidien, la signification que nous attribuons aux expressions que nous utilisons (ibid., p. 109).

Dans la théorie interprétative « *la recherche du sens et sa réexpression sont les dénominateurs communs à toutes les traduction*s » (Aygün, 2022, pp. 40-41). La traductologue Freddie Plassard estime que la théorie interprétative a libéré la traductologie des ornières d'une théorisation basée sur le comparatisme textuel enclavé dans une *« linguistique de langue »* pour la replacer sur le processus d'analyse du discours et lui donner matière à réfléchir basée sur les jeux cognitifs et les enjeux de la communication (Plassard, 2007, p. 16). Les initiatrices de la théorie interprétative Danica Seleskovitch et Marianne Lederer empruntent le chemin du constructivisme en faisant appel à la communication. En effet, si les théories linguistiques ne s'intéressent qu'à la langue, les théories interprétatives remettent le traducteur au cœur de l'acte de communication :

> Dans la définition de l'opération de traduction, on en était venu à faire abstraction de l'homme qui traduit et des mécanismes cérébraux mis en jeu, pour n'examiner que les langues et ne voir dans l'opération de traduction qu'une réaction de substitution d'une langue à l'autre (Seleskovitch, 1984 p. 294).

Contrairement aux théories linguistiques qui excluent le traducteur du processus traductionnel – la compréhension commence, par exemple, et de manière presque intuitive, à partir des descriptions des caractéristiques du langage relatives aux composantes structurales (cf. Dancette, 1995, p. 14). La théorie interprétative met l'accent sur le rôle du traducteur en tant qu'acteur de communication. C'est à partir de l'expérience de l'interprétation simultanée et de l'enseignement de celle-ci qu'elles ont analysé dans différents travaux les caractéristiques propres à cette activité (Albir, 1990, p. 51).

Les théories linguistiques considèrent le traducteur comme un manipulateur externe n'ayant aucun contrôle sur sa propre matière de travail qui est la langue et celle-ci se compose de mots et de phrases contrairement au processus interprétatif, lequel consiste à donner une signification pertinente aux mots et aux énoncés du texte de départ auxquels le traducteur associe des compléments cognitifs en vue de dégager le sens (Delisle et al., 1999, p. 46). Avec la négation

de la thèse de l'autonomie du sens et de la stricte dépendance contextuelle *« au contexte formel »*. Une traduction s'appuie surtout sur ce qui est en dehors du texte que Umberto Eco appelle une *information sur le monde*, ou *information encyclopédique*. (Eco, 2006, p. 37). Par conséquent, la position interprétative va à contre-courant de l'argument linguistique car l'objet de la traduction n'est plus le dire, ni la langue, ni l'expression linguistique, mais le vouloir-dire du texte à traduire et l'objet sur lequel ou pour lequel la traduction va être réalisée, ce ne sont plus les mots mais la production de l'acte langagier replacée dans la situation de communication.

Au lieu de continuer à suivre le constructivisme pur, radical et structural par la recherche dans des correspondances lexicales préétablies dans les mots, la théorie interprétative privilégie le sens qui se dégage des mots, les mots n'étant que des stimuli qui permettent au lecteur de construire un sens, Jean Delisle explique qu'un traducteur averti porte son attention sur les signes linguistiques mais en rapport direct avec la situation et le contexte de l'énoncé afin de dégager l'intention de l'auteur. Cela le conduit systématiquement à isoler mentalement les idées que renferme cet énoncé. De plus, le bagage cognitif qu'il convoque dans sa mémoire lui permet d'imaginer, par des images mentales, l'ensemble des circonstances qui ont mené à la production dudit texte et, à partir de-là, les compléments cognitifs qu'il crée font que cet énoncé soit davantage compréhensible qu'il ne l'était au départ avec un décodage superficiel des significations linguistiques qui le composent. Par cette technique, le traducteur projette globalement son acquis cognitif qu'il fait fusionner avec le résultat de son décodage linguistique du texte pour faire émerger un sens. L'emploi d'une langue ne se ramène donc pas à une simple application de signes linguistiques (Delisle, 1984, p. 76). C'est dans l'interaction entre le texte et le lecteur, que cette mobilisation du hors-texte (circonstances conduisant à sa production) prend forme à travers la communication.

La théorie interprétative en traduction s'est fait connaître à l'échelle mondiale à travers deux méthodes :

3.3.1.1 L'école de Paris

La théorie interprétative, appelée également : *« la théorie du sens de l'école de Paris »* notamment grâce à l'aura qu'elle a eue dans l'univers académique a été élaborée à la lumière des critiques attribuées aux partisans du structuralisme et d'une méthodologie de traduction axée sur le comparatisme linguistique. La théorie interprétative se base essentiellement sur le rôle central de la sémantique qui est au centre du système langagier, l'opération sens-texte relève de la fonction du langage (Dancette, 1995, p. 14). Si l'on évoque les contributions de Jean-Paul Vinay et Jean Darbelnet, même si elles ont été accueillies avec beaucoup d'enthousiasme, parce qu'ils sont venus avec des éléments riches (une innovation en termes de processus), n'ont pas pu résoudre à travers leurs *« sept procédés de traduction »*, les problèmes plus complexes touchant

à l'essence même du traduire ; ils se sont appuyés dans leur méthode sur les études de langue et sur la correspondance formelle et celle-ci a donné lieu à une méthode de traduction par transcodage.

Le transcodage est, rappelons-le, une facette de l'opération linguistique, un exercice porté vers la comparaison et la substitution de chaque composante de la langue de départ, caractère d'écriture, marque grammaticale, lexème, syntagme, proposition ou phrase par voie de correspondance dans la langue d'arrivée ; il ne constitue lui-même qu'une composante de la traduction et ne peut nullement représenter la traduction en entier, il donne des résultats concluants lorsque le transfert concerne des éléments, termes, ou expressions dont les significations reste la même (Seleskovitch et Lederer, 2014, p. 2), mais ne vaut rien de plus que de transformer des signes en d'autres signes et pour le sens c'est un risque sur la fiabilité de la traduction, sa clarté en tant que méthode ou résultat ; c'est également un risque autour de la pertinence des signes convertis (c'est-à-dire le choix des mots par rapport à leurs polysémies), un risque par rapport au contexte et enfin un risque pour la qualité si l'on obtient des phrases ambiguës (ibid., p. 3).

Comme alternative, il faut traduire selon un contexte donné, selon la situation qui répond aux conditions d'énonciation ; le contexte relie les phrases isolées avec la situation correspondante : « *de même que les mots pris isolément n'ont que des virtualités de signification, les phrases séparées de leur contexte n'ont que des virtualités de sens »* (ibid, p. 11).

Par conséquent, une méthodologie de traduction conçue sur le transcodage expose le traducteur à la perdition dans des situations hors-contexte, l'échec de cette entreprise est causé par l'ambiguïté des phrases traduites et le piège de la polysémie des mots, pour solutionner le problème, l'exercice doit être replacé sur le fil du discours, le sens n'étant *« linguistique »* qu'à un certain degré. En revanche, c'est l'ensemble du texte et le déroulé du processus de lecture qui permettent de comprendre ce que l'auteur veut dire. La signification linguistique rentre dans un *« plan de langue »*, tandis que le sens est compris dans « *un plan de discours ou de parole »*, la langue attribue une signification aux mots, mais la parole les revêt de notions inimaginables au seul plan lexicologique (ibid., pp. 12-13). La question du sens est liée inextricablement au besoin de communication, ce qui est la finalité de la traduction, on ne parle jamais sans but, sans intention communicative et de même on ne peut pas entendre ou lire sans comprendre quelque chose, c'est-à-dire sans interpréter ; le traducteur se place à divers endroits durant l'exercice qui n'est jamais linéaire : tantôt lecteur pour comprendre, tantôt écrivain pour faire comprendre, il est conscient qu'il ne transpose pas de langues entres elles mais comprend la parole qu'il transmet à son tour à sa manière et veille à ce qu'elle soit comprise en langue d'arrivée (ibid., p. 14).

Selon Anne-Marie Widlung – qui a été la disciple de Danica Seleskovitch et qui lui a consacré toute une biographie –, la théorie interprétative, au vu des conférences que cette dernière a données entre 1974 et 1995, a d'abord été imprégnée d'une logique pragmatique : *« traduire pour communiquer »*. Ensuite, les constatations et les motivations qui l'ont amenée à concevoir la théorie interprétative viennent des interrogations axées sur la relation entre la pensée et le langage ; à travers sa collaboration avec Maurice Pergnier, elle a eu comme première conviction : *« la pensée est non verbale »*, cela s'est vérifié avec son expérience dans l'enseignement de l'interprétation. En effet, dans une situation d'interprétation, l'interprète exprime le message de l'orateur en laissant volontairement ses propres mots pour n'en retenir que le sens. Celui-ci se laisse exprimer tout à fait naturellement dans la langue d'arrivée libéré de la gangue de la langue de départ ; pour faire passer le message de la manière la plus fluide, il est nécessaire de respecter, au niveau du plan de l'expression, le carcan de la langue d'arrivée (idiotisme et génie de langue)[41], cela fait de l'interprétation *« un double acte de langage »*, *« l'interprétation, c'est enseigner à comprendre, puis à exprimer ».*

La collaboration de Danica Seleskovitch avec Marianne Lederer permettra plus tard d'améliorer la théorie interprétative grâce à la mise à leur disposition d'un grand corpus par les organismes pour lesquels elles travaillaient[42], ce qui a permis également d'extrapoler la relation langage-pensée en examinant le fonctionnement de l'interprétation et en en étudiant les mécanismes par rapport aux spécificités de et vers chaque langue ; pour les spécialistes, il s'agissait surtout de relever l'implicite dans le langage, étant donné qu'un traducteur ne peut pas se contenter de traduire que l'explicite, ce dernier est du ressort de la langue et l'implicite est du ressort du discours. La règle donc, selon la théorie interprétative, est de comprendre l'énoncé puis de reformuler en s'appuyant sur l'implicite véhiculé par le discours en ayant conscience de la fonction de la synecdoque dans le langage, laquelle illustre l'outillage linguistique différent entre les langues.

La fonction de la synecdoque est une des caractéristiques de la réflexion en traduction interprétative ; elle concerne un fait linguistique selon lequel chaque langue retient des éléments différents pour exprimer une même chose : si un betteravier français se dit *« planteur »* de la betterave → un anglais s'en réclamera *« grower »*, car à travers sa logique linguistique acquise, il se voit faire pousser la betterave. Cela nous renvoie à la problématique de la vision

[41] Définition du Larousse en ligne : l'idiotisme est une forme linguistique propre à une langue donnée et qui ne possède pas de correspondant syntaxique dans une autre langue. (Ainsi le français Comment allez-vous ? correspond à l'anglais How do you do ? On parle de gallicisme, d'anglicisme, de germanisme, d'hispanisme, de latinisme, d'hellénisme, etc.) https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/idiotisme/41453, consulté le 04/06/2021.
[42] Notamment le SCIC, « Service Commun Interprétation-Conférence de la Commission Européenne ».

du monde centrée sur *la forme linguistique interne,* sur laquelle les spécialistes du langage se sont longtemps arrêtés, en mettant en cause l'occurrence même de la traduction (voir supra, p. 40) (cf. Widlung-Fantini, 2007, [résum] pp. 186-191).

Par voie de conséquence, la théorie interprétative, par le biais de ses précurseurs, se veut rassembleuse des concepts linguistiques et ne cherche pas plus à poser davantage de problèmes théoriques *« à la traduction »* que de proposer des solutions à la maniabilité du langage *« par la traduction ».* C'est une théorie qui caractérise l'activité traduisante en un processus en trois temps : *compréhension → déverbalisation → reformulation.* Introduite ainsi en trois étapes, cette configuration de la méthode de traduire a eu l'immense mérite, sur le plan pédagogique, de faire admettre aux apprentis interprètes et traducteurs que l'opération traduisante n'est pas un simple exercice de transcodage, ou de conversion d'un code linguistique en un autre code linguistique, mais qu'elle consiste à appréhender le sens qu'il convient ensuite de réexprimer (Seleskovitch, 1984). Chaque étape est détaillée comme suit :

3.3.1.1.1 La compréhension

La compréhension réunit les mémoires et les savoirs selon Claude Tatilon (Tatilon, 2007, cité par Aygün, 2022, p. 43). Freddie Plassard estime que la lecture, quel que soit le support, ne se réduit pas à la maîtrise linguistique ; la lecture requiert la mobilisation des connaissances extralinguistiques c'est-à-dire tout ce qui constitue le stock de savoir qu'on enrichit et qui nous sert d'appui pour la compréhension et la production des énoncés ; d'abord il y a la connaissance linguistique qui est relative à la maîtrise de la langue, cependant, la finalité de nos lectures est d'avoir du nouveau dans la vie quotidienne, donc on appréhende dans le texte ses idées et non en priorité ses mots ; une interaction « aboutie » avec le texte est régie par des connaissances notionnelles préconisées par la théorie interprétative de la traduction, par des connaissances conceptuelles qui reflètent d'une part les modèles cognitifs, et qui interviennent d'autre part dans le processus de compréhension (Plassard, 2007, pp. 69-70).

Pour la traductologue canadienne Jeanne Dancette, dont la thèse a porté essentiellement sur une *« phénoménologie »* de la compréhension, l'expérience de traduction débute par ce qu'elle appelle une conjoncture audacieuse à travers laquelle on obtient un résultat des opérations de confrontations et de synthèse entre le sens littéral et le sens contextuel de l'énoncé. Le sens littéral est celui qui est codifié dans les dictionnaires, il est générique, superficiel, le sens contextuel est déterminé par l'acte de communication et obtenu à partir des diverses interprétations faites sur le sens de l'énoncé par le jeu d'inférences suite à l'association de nos propres connaissances du monde, au calcul de la signification dans le contexte d'énonciation (Dancette, 1995, Chap. I, §2). Plus précisément, la compréhension repose sur l'analyse componentielle des constituants d'un texte (syntagmes nominaux et verbaux) qui se combinent

pour donner un sens. À cette analyse, on applique des règles d'inférence émanant de l'interaction humaine. Comprendre un texte consiste à mobiliser des connaissances, de façon à réaliser différents traitements cognitifs qui convergent dans la construction d'une *représentation mentale*. De ce fait, cette dernière est un pivot de la compréhension car elle se trouve au cours des traitements cognitifs effectués à la lecture qui portent sur l'extraction de l'information, l'appréciation ; on peut définir également la représentation mentale comme une expression intériorisée de cette information (Plassard, 2007, p. 117). La représentation mentale enrichit le bagage cognitif par de nouvelles entrées en mémoire : *« Les représentations permanentes, outil d'enregistrement des connaissances et les expériences individuelles en mémoire, interviennent dans la planification d'actions, la systématisation et même la transmission d'idées ou de connaissances, ce en quoi consiste effectivement la traduction »* (ibid., p. 118).

Pour traduire un texte, la première condition à remplir c'est évidemment bien le comprendre, cela implique la connaissance de la langue et avoir la capacité de saisir les éléments permettant de situer ses dimensions culturelle, historique, géographique, intellectuelle, etc.) (Margot, 1979, p. 29).

> « Le bon traducteur soumet la chaîne de la langue source à une exégèse aussi exhaustive que possible […] il faut entrer dans cette exégèse non seulement toutes les indications que lui donne la chaîne, mais tout le contexte au sens le plus large, depuis les phrases immédiatement précédentes, jusqu'à l'ensemble de l'œuvre de l'auteur, tout l'environnement dans lequel a été créé le texte, depuis le détail biographique, jusqu'à toute la personnalité de l'auteur, tout le milieu et l'époque » (J. Fourquet, 1972, p. 64 cité in ibid.).

Il ressort de cela, que la compréhension est une activité intellectuelle ancestrale, composante essentielle de ce qu'on appelle le travail exégétique particulièrement connu dans les rouages du traitement des livres sacrés dans le but d'avoir une connaissance approfondie du texte original (ibid., p. 35).

La compréhension d'une langue passe par la maîtrise de ses structures fondamentales, morphologiques, syntaxiques, sémantiques et stylistiques à la différence de la compréhension du texte laquelle repose sur la faculté de distinguer entre l'explicite, l'énoncé linguistique et l'implicite (construit ou spontané, selon le cas) des connaissances extralinguistiques ; elle implique pareillement de faire la différence entre les significations des mots qui sont stables et le sens qui déborde dans le texte. Pour traduire un texte, il faut comprendre *« sa civilisation »* qui l'entoure, et extraire l'implicite de l'explicite qui se trouve dans le sémantisme verbal et associer cela avec l'orientation de l'auteur du texte (Lederer, 1998, pp. Chap.V, §4, p.61). Le nombre incalculable de documents qui circulent aujourd'hui a fait que les positions à propos d'une phénoménologie de la compréhension divergent selon la méthodologie de traduction et

le domaine traité. On peut parler d'une compréhension explicite ou totale et d'une compréhension apparente ou partielle. L'interaction avec le texte s'opère selon des degrés de compréhension : la traduction littéraire exige, par exemple, une compréhension profonde et de nature herméneutique relevant de l'interprétation du texte, ce qui n'est pas le cas de la traduction spécialisée qui demande une compréhension apparente laquelle exige la maîtrise du réseau terminologique réparti dans le texte et le modèle de discours lui étant associé pour que le traducteur puisse, par la suite, appliquer une stratégie de rédaction appropriée. Il existe également des niveaux de compréhension :

1. La reconnaissance typographique (abréviation, symboles etc.) constitue le niveau le plus bas ;

2. Vient ensuite la reconnaissance morphologique qui concerne les catégories grammaticales, le nombre, les personnes …) ;

3. L'identification lexicale se rapporte à l'interprétation des mots polysémiques, des faux-amis, des expressions idiomatiques ;

4. L'interprétation contextuelle constitue le niveau le plus élevé de la compréhension, elle s'appuie sur le choix des mots en contexte, la désambiguïsation des relations syntaxico-sémantiques, la déduction à partir des connaissances extralinguistiques (Armaselu, 2000, pp. 47-48).

Toute traduction demande une petite enquête dans le sens où l'on pose une hypothèse sur l'univers interne du texte qui constitue la matière à traduire. On élabore des pistes permettant de faire passer ce texte d'une langue à une autre étant donné que le spectre du contenu mis à disposition par une entrée de dictionnaire (information encyclopédique raisonnable) est insuffisant pour la suite du processus. Comme l'explique Umberto Eco, le traducteur est amené à choisir l'acception qui prédit le sens le plus probable, le plus pertinent et le plus important selon le contexte et l'univers de ce texte ; le contexte reste quant à lui le cadre de référence fondamental en traduction vers lequel on revient pour résoudre les problèmes d'ambiguïté entre les termes linguistiques mis en comparaison (Eco, 2006, pp. 54-57).

Les psychologues cognitivistes postulent que la compréhension est une construction de représentation mentale mettant en interaction deux pôles : a) *le pôle du texte*, composé d'informations explicitées et agencées selon des règles linguistiques dans une langue et ; b) *le pôle lectoral* en sa qualité de récepteur, consommateur du texte et qui dispose d'une base de connaissances sur laquelle interviennent un certain nombre de mécanismes sous la contrainte d'une capacité limitée de traitement (Fayol, 1992, p.92 cité par Plassard, 2007, p.113) ; la traduction se situe dans le chemin à parcourir entre les deux pôles. La compréhension porte plus précisément sur une opération de traitement de l'information à travers la mise en relation

des connaissances préalables avec les nouvelles dans le but de reconnaître les signaux du nouveau texte et de faire émerger son sens (Plassard, 2007, p. 114).

En phase de compréhension, le traducteur ne fait pas que regarder les signes graphiques dans la langue de départ. Il ne doit pas considérer l'écrit autrement qu'un support matériel de réseau équilibré de rapports multiples à élucider dont les principaux sont les rapports sémantiques entretenus par les mots et les énoncés du texte d'une part, et les rapports référentiels et reliant les énoncés aux faits non linguistiques d'autre part (Delisle, 1984, p. 70). En réalité, il dépasse non seulement l'examen purement linguistique du texte, mais il le porte au niveau de quatre contextes à savoir : a) *le contexte situationnel* portant sur la situation d'émission du discours ; b) *le contexte verbal* est formé par les mots et les phrases qui entourent le mot ou la phrase en question ; c) *le contexte cognitif* est formé par les informations reçues dès le discours ou dès que la lecture du texte a commencé, cet ensemble d'information qui s'accroît au fur et à mesure que le texte avance ; d) *le contexte général* socio-historique est l'ensemble d'évènements, codes, rapports sociaux, etc. Nécessaires pour pouvoir comprendre un énoncé (Albir, 1990, p. 51).

3.3.1.1.2 La déverbalisation

La déverbalisation ou « *compréhension comme transformation du contenu en une représentation mentale et sa reverbalisation aux moyens de la langue cible* (Vogeleer et Béghin, 2021, p. 7)[43], constitue un stade décisif dans le processus de traduction interprétative. Elle s'opère entre la compréhension d'un texte et sa réexpression dans une autre langue, elle est décrite comme une sorte d'interphase par Jean-René Ladmiral, qui délimite dans le processus de traduction *« une phase de lecture-interprétation »* et *« une phase de réexpression »* (Ladmiral, 2018, p. 26), elle n'est pas sans conséquence puisqu'en même temps, elle donne lieu à une reverbalisation qui amène la solution traductive ; elle a été conçue pour pallier les insuffisances du transcodage soit à cause des divergences lexico-syntaxiques entre les deux langues, soit pour des raisons sémantiques phraséologiques ou pragmatiques :

> Elle désigne improprement l'espace situé entre deux béquilles lexicales. Dès lors, qu'il est des raisons solides de penser que les mots sont des supports pourvus d'une aura sémantique […] ils permettent au traducteur d'avancer. La déverbalisation correspond dans ces cas à cet espace de flottement dont tout auteur dispose au-delà d'un mot, en s'appuyant sur cette béquille qu'est le mot. (cf. Vogeleer S. , 1995, p. 19).

[43] La compréhension-déverbalisation est influencée par les connaissances et les croyances personnelles du traducteur, et la production-reverbalisation est dépendante de son accès personnel aux ressources lexico-syntaxiques de la langue cible et des critères qui orientent son choix pour ces ressources (cf. ibid.).

La phase déverbalisation-reverbalisation est proportionnelle, liée à la compréhension ; plus l'on pénètre dans les entrailles du texte, plus sa déverbalisation sera facile (Aygün, 2022, p. 44).

Jugée peu utile par les linguistes et littéraires qui préfèrent se focaliser sur la texture signifiante du langage, la déverbalisation reste une pierre angulaire de l'opération de traduction pour la théorie interprétative parce qu'elle caractérise avec la compréhension et la réexpression ce dynamisme d'un processus traductif lequel, en outre, a des avantages pédagogiques (Lavault-Olléon, 2007, p. 58). C'est une phase dans laquelle le traducteur réfléchit sur les premières solutions pour sa traduction à travers la formulation de plusieurs propositions réunies à travers une démarche qu'on peut qualifier de *« négociationelle »*, laquelle implique un tri entre des tournures qui *« passent »* et d'autres qui ne *« passent pas »*. La négociation est importante à ce stade, elle est nécessaire pour toute la panoplie de textes à traduire, aussi bien littéraires que techniques.

La déverbalisation a été conçue sur la base des expériences de pratique de prise de notes en interprétation consécutive, ces notes réunies sous diverses formes (idéationnelles et/ou symboliques) reflèteraient approximativement le contenu, elle est aussi assimilée à un acte de violence par le traducteur lorsque celui essaye d'extraire le sens des contraintes de la langue d'origine. Cela souligne sans doute le rapport de force entre le traducteur et le sens du texte qui ne se laisse pas saisir facilement (Vogeleer et Béghin, 2021, p. 17). Elle a été conçue pour pallier les insuffisances du transcodage, soit à cause des divergences lexico-syntaxiques entre deux langues, soit pour des raisons sémantiques, phraséologiques ou pragmatiques (cf. ibid., p. 19). Elle est supposée être une solution provisoire de l'opération traduisante, ou un début de créativité, où le mot sert de béquille sur lequel le traducteur s'appuie pour passer à autre chose :

> Elle désigne improprement l'espace situé entre deux béquilles lexicales. Dès lors qu'il est des raisons solides de penser que les mots sont des supports pourvus d'une aura sémantique […] ils permettront au traducteur d'avancer. La déverbalisation correspond dans ces cas à cet espace de flottement dont le locteur dispose au dela du mot, en s'appuyant sur cette béquille qu'est le mot (Samain, 2021, p. 66).

Dans cette phase, le traducteur opère sur *« les unités de sens »* ; celles-ci correspondent, comme l'ont expliqué Danica Seleskovitch et Marianne Lederer, aux prises de conscience successives d'un sens et se manifestent à travers les variations du décalage qui témoigne à l'échelle de fraction de seconde, du temps nécessaire à l'apparition d'un déclic de compréhension. En interprétation, on dit que le vouloir-dire du locuteur est signalé par les sonorités. Dès lors, on comprend ce qu'il dit par une opération cognitive axée sur les sonorités qui nous parviennent. Les unités de sens sont des états de conscience dépourvus de forme sonore. Mais dans un

document écrit, si l'on prend par exemple, la littérature ou la poésie, la lecture intelligente nous permet de « faire parler » l'écrit, ou de sonoriser l'implicite dans le discours comme si l'on écoutait un message sonore. *« Les unités de sens résultent de la dissociation des formes sonores et des concepts linguistiques ».* Tandis que *« les unités de langue ont des formes sensibles indissociables des concepts correspondants ; leurs faces sonores et conceptuelles sont soudées […] elles sont matérielles car susceptibles d'être mises noir sur blanc dans les mémoires extérieures que sont les grammaires et les dictionnaires »* (Seleskovitch et Lederer, 1989, pp. 246-247).

Le fait que la déverbalisation se situe entre la compréhension du texte source et sa réexpression en langue cible, qu'elle porte sur un affranchissement des signes linguistiques concomitant à la saisie d'un sens cognitif et affectif ou dit autrement, ou que l'attention du sujet-traducteur soit portée sur la structure profonde, l'acte de déverbalisation constitue une ligne de démarcation par rapport à la démarche littérale de la théorie linguistique. Cette ligne de démarcation est justement expliquée par Marianne Lederer :

> Dès la création de l'ESIT en 1956, la formation des interprètes de conférence visait à orienter les étudiants à prendre l'initiative, d'exprimer ce dont ils ont compris d'une séquence orale au lieu de la « traduire » et pour comprendre correctement, il faut entrer dans la peau du locuteur, savoir à qui il s'adresse, comprendre les circonstances de l'énonciation. Forcés à ne pas suivre la piste de « la traduction » au sens le plus péjoratif du terme, les étudiants étaient mis sur le chemin de l'interprétation. Par la pratique, ils ont compris ce que veut dire le mot « interpréter » et ils sont devenus rapidement de remarquables professionnels (Lederer, 2014, p. 10) [notre traduction][44]

Le traducteur, en procédant à la sélection de tournures ou termes potentiels pour sa traduction, applique ses préférences traductives qui lui permettent d'avoir une certaine assurance parce qu'il est quasiment sûr de l'idée qui doit être transmise et qu'il reste seulement un aménagement stylistique en phase de réexpression qui sera concrétisé en langue cible. En milieu de recherche sur la pédagogie de la traduction, Hannelore Lee-Jhanke, rapporte que les recherches axées sur les *« cogitations »* du sujet traduisant en phase de déverbalisation, ont permis aux psycholinguistes d'analyser ses capacités lorsqu'il développe et améliore ses performances et ses prédispositions linguistiques durant chaque exercice. L'intérêt porté à cette phase intermédiaire entre la compréhension et la réexpression avait pour but d'améliorer les performances des apprentis-traducteurs et les tests réalisés par les psycholinguistes au cœur de *« l'environnement traductif »* des futurs traducteurs professionnels rentraient dans les projets de

[44] Dans les termes de l'auteure: « Since the inception of ESIT in 1956, conference interpreters have applied these principles in their teaching. Students were given empirical advice: "Don't try to 'translate'". Say what you understand. To understand correctly, think of who the speaker is, who the addressees are, what the circumstances around the speech are…'. Because these students were not allowed to 'translate', in the bad sense of the term, but were forced instead to 'interpret', they understood in practice what it means to 'interpret' and quickly became successful professionals ».

TAP[45] ou verbalisation du processus cognitif de la traduction visant à déceler les appuis cognitifs de chaque individu au moment où il traduit (Cf. Lee-Jhanke, 1998, p. 167). Pour Élisabeth Lavault la déverbalisation est un concept :

> […] séduisant lequel n'est pas mis en valeur réellement en pratique professionnelle, mais il a une valeur didactique exceptionnelle. Le fait qu'il soit inspiré par des exercices de traduction orale sans support écrit, cela fait de lui une formule magique qui fait comprendre aux étudiants de la traduction que celle-ci n'est pas un exercice de décalque d'une langue dans une autre et cela les mène tout en douceur sur le chemin de la traduction interprétative […] Le concept de négociation est également percutant car il fait comprendre le principe d'une dynamique d'une reconstitution permanente du sens, d'un ancrage de la langue dans les réalités socioculturelles et d'une ouverture sur le monde qui nous entoure (Lavault, 1998, pp. 92-93).

3.3.1.1.3 La réexpression

La réexpression est l'étape où le traducteur est récompensé pour ses efforts. Elle donne lieu au dénouement, à la solution finale. C'est une étape dans laquelle, il triomphe contre tous les problèmes rencontrés dans son exercice. La réexpression livre donc un texte, un produit fini, supposé refléter l'âme du texte source. Appelée également phase de *« reformulation »*, ou de *« reconstitution »*, elle consiste à valider le choix des équivalences – après leur vérification en termes de pertinence (Delisle, Hannelore, et C.Cormier, 1999, p. 64) – et à expliciter l'implicite en s'appuyant sur le discours, le contexte (Aygün, 2022, p. 45) et sur la stylistique de langue d'arrivée. Dans cette phase, le traducteur prend de la distance par rapport au texte source sur le plan « formel », les travaux réalisés dans les phases précédentes, représentent le propre de ce qu'il y a transmettre dans une stratégie cibliste, il ne reste qu'un aménagement stylistique qui permet d'accueillir la traduction en langue d'arrivée.

En parlant de l'aménagement stylistique en langue d'arrivée, on se remet dans l'objectif et on rappelle la raison d'être de la traduction qui a une visée communicationnelle. Comme l'explique Michel Ballard, en partant du fait qu'une langue « *est de la matière constituée dans un système de communication »* d'un groupe social, qu'elle rentre dans son organisation et dans sa manière de signifier, dans son esprit, dans sa sensibilité et dans sa culture, si l'on a un texte qui se présente avec une matérialité discursive, la traduction consistera « *à créer un autre texte avec*

[45] En anglais *« Think-aloud Protocols ».* Jeanne Dancette estime, dans ce même registre, que le protocole de verbalisation est un courant foncièrement pédagogique qui peut se transformer en courant professionnel à condition qu'il garde sa valeur initiale ; l'importance de cette valeur réside dans le fait que, le sujet-traducteur ou « l'apprenti-traducteur » est autorisé à s'égarer et à écrire tout ce qui lui passe par la tête. Il n'est pas encore confronté à un exercice ardu ou crucial comme celui d'une livraison d'un produit fini. Par conséquent, l'étendue de son brainstorming comprenant ses choix, **ses** tendances est enregistré par les pédagogues comme une donnée empirique pour raffiner leur programme de formation en traduction. Il en résulte que les protocoles de verbalisation aident les apprenants à avoir une meilleure conscience de leur potentialité et à faire surgir leurs propres voix dans leurs productions et à éviter de tomber dans le piège de la traduction littérale, connue pour son caractère instructionnel (cf. Dancette, 2003, p. 69).

*une autre matérialité discursive, qui est censé entretenir avec l'original un rapport de fidélité et le jugement de fidélité et de qualité que l'on porte sur la traduction ne peut s'exercer qu'au travers des formes, porteuses de sens et d'effets stylistique*s » (Ballard, 2007) ; le jugement sur la qualité de l'opération du transfert de sens s'étend également aux formes porteuses d'effets esthétiques et pragmatiques (Ballard, 2003, pp. 17-18).

L'aménagement stylistique est relié à une aptitude créative basée sur les mécanismes mentaux et langagiers mis en place pour rendre les idées par des mots sans lesquels le processus de traduction interprétatif serait inachevé ; la réexpression ponctue un processus qui est au départ onomasiologique qui s'opère sur deux plans linguistique et discursif qui supposent un maniement intégré des différents éléments constitutifs du langage donnant lieu à une expression de la pensée claire, concise et cohérente (cf. Delisle, Hannelore, et C. Cormier, 1999, p. 52). À côté de l'aménagement stylistique, la réexpression requiert un talent indéniable de rédaction qui ne concerne pas forcément et entre autres les protocoles d'écriture, ni les conventions rédactionnelles comme affirmé par Delisle, mais plutôt la rigueur des énoncés, l'articulation logique, les registres de langue et la justesse des mots (cf. L.Bastin, 2003, pp. 85-86).

Marianne Lederer estime que la réexpression fait référence à de la *« communication maîtrisée »*. La maîtrise ici signifie la compétence à reproduire le texte entier, objet de notre traduction, dans une autre langue dans la manière qui convient à la communauté d'arrivée tant au niveau de la forme qu'au niveau du contenu ; les traducteurs ne sont certes pas des auteurs inspirés et ils n'ont pas la mainmise sur le contenu du texte de départ, mais ils sont au demeurant des maîtres avérés de l'expression (cf. Lederer, 2014, p. 35). En résumant une présentation de Jean Delisle dans une conférence à New Delhi sur les étapes de processus de traduction, Lederer rapporte que les phases précédant la réexpression soulignent une négociation profonde avec le texte à propos du sens, à travers les lectures successives et les tentatives d'imprégnation du sens (compréhension) et les réflexions sur les difficultés rencontrées et les hypothèses envisagées et le fait de commencer à penser à traduire (déverbalisation). C'est dans la phase de réexpression que le processus de traduction devient créatif, le retour à l'original ne devait se faire qu'à des moments épars car celui-ci demeure un fil conducteur et le flux de l'inspiration est déjà là, *« la traduction est effectuée autant que possible d'un jet de manière à ce que s'aimante une sorte de flux " inspiré " »*. La réexpression implique également la réalisation d'un test sur la traduction de sorte d'épurer le texte réalisé et en améliorer des points de style, d'en effacer des marques qui font un attachement au texte source (maladresses, flous). L'objectif de cette vérification est de permettre au récepteur d'aborder le texte traduit dans toute *« sa naturalité »* comme s'il était original en soi (Lederer, 2014, pp. 35-36 et Ladmiral, 2018, p. 26).

3.3.1.2 La méthode d'analyse du discours de Jean Delisle

Jean Delisle, traductologue et professeur éminent de l'école canadienne, s'est inspiré de la théorie interprétative pour se focaliser sur l'analyse du discours comme concept clé du traitement du processus traductif. Il est parti dans la même direction que l'ESIT, à savoir consolider une assise pédagogique riche à l'université et former des professionnels aux compétences aguerries sur la base des dernières innovations de l'école de Paris dans laquelle il a été lauréat d'une thèse de doctorat en 1978. Pour lui, *« la fonction de l'unité de traduction est étudiée à partir du texte source dans le contexte du genre de discours et du type de texte pour que soit effectué le meilleur choix dans la langue cible ».* Autrement dit, l'analyse du discours va de pair avec l'analyse du texte, de sa fonction, du contexte, de la microstructure et de la macrostructure (J. Adab, 1998, p. 128).

3.3.1.2.1 Quelques notions sur le discours

La traduction porte d'emblée sur une globalité discursive où les mots ne comptent pas pour eux-mêmes dans leur signification individuelle mais comme messages pointeurs d'un référent extra-discursif où ce qui importe n'est pas leur signification intrinsèque mais ce qui est dit par leur truchement. À la lecture du traducteur comme de tout lecteur, les mots ne comptent plus en tant que tels, mais comme pierres prises dans le mortier du texte (Plassard, 2007, p. 68).

La question du discours fait aujourd'hui partie importante des problématiques de la traductologie, précisément en traduction médiatique, étant donné que l'étude du discours recoupe des champs très variés et complexes. Nous en donnons brièvement quelques traits définitoires en nous appuyant sur le principe directeur suivant : *« l'analyse du discours du texte à l'extérieur du texte »*.

La notion d'analyse du discours se trouve au carrefour des sciences humaines et est soumise à une grande instabilité compte tenu de son utilisation dans d'innombrables recherches que ce soit dans les sciences du langage et la linguistique, dans l'activité interactionnelles (analyse des conversation), ou dans la critique littéraire (courants, polyphonie, idéologie instigatrice de la littérature), elle vise à articuler l'énonciation du texte sur un certain lieu social, en ayant affaire aux genres de discours dans les secteurs de l'espace social (un café, une école, une boutique…) ou dans les champs discursifs (politique, scientifique) (cf. Maingueneau, 1996, p. 11 et Maingueneau et Charaudeau, 2002, p. 41).

Dominique Maingueneau, dans *« Genèses des discours »* estime que la notion discours renvoie approximativement à une « *dispersion de textes que leur mode d'inscription historique permet de définir comme un espace de régularités énonciatives »* (Maingueneau, 1984, Chap. I, §1) ; en

s'appuyant sur la citation de Michel Foucault[46], il entend par *« régularités énonciatives »* une tradition historique de l'énonciation dans une société donnée. Selon cette acception, le discours peut être étudié selon un certain nombre de paramètres liés aux circonstances du vécu de cette société, des conditions de sa subsistance dans le temps en vue d'en comprendre l'esprit qui alimente sa langue. L'étude du discours, sous un pôle textuel, renvoie à la fois à la sémiotique textuelle observable à travers les signifiants, les énoncés et de tout ce qui relève du système linguistique, de la textualité (fonctionnement du texte), et à l'herméneutique historique. Il considère à ce titre que l'herméneutique historique a des méthodes d'investigation sur l'identité d'une société semblable à une analyse du discours puisque l'on cherche à comprendre « l'énonciabilité » à l'intérieur d'un texte dans un temps délimité[47]. Toutefois, il se garde de le percevoir en substance comme un exercice d'herméneutique historique soucieuse de ressusciter le passé ; « *le discours n'est ni un système d'idées, ni une totalité décomposable mécaniquement, ni une dispersion de ruines passible de relevés topographiques, mais un système de règles qui définit la spécificité d'une énonciation »* (cf. Maingueneau, 1984, pp. 6-10).

Dans son autre ouvrage *« Initiation aux méthodes de l'analyse du discours »*, en discutant le cadre historico-scientifique, il prévient que la notion du discours ne s'est pas construite à la lumière de la dichotomie langue/parole (cf. Maingueneau, 1976, pp. 4-5) mais progressivement ; c'est-à-dire qu'au départ, les études de langue ont été reprises par le structuralisme, des méthodes d'investigation ont été amorcées d'abord à l'intérieur du texte et pour lui-même sans « intertextualité » ou « réseautage textuel ». Ensuite, le détachement des études de langue du structuralisme a permis de sortir de l'analyse purement textuelle :

> En mettant […] le principe d'immanence au centre de leur étude des textes, c'est-à-dire en essayant d'étudier la structure du texte lui-même et par lui-même, en rejetant toute considération extérieure à celui-ci, les travaux des formalistes russes (1) ont permis de dégager une logique des enchaînements transphrastiques, dans le domaine du conte folklorique en particulier. Les recherches de Propp (2) […] ont permis de construire les premières esquisses de syntaxe narrative, de logique du récit […] en mettant en œuvre les principes fondamentaux de la linguistique structurale sur des contes populaires, des nouvelles…, l'école des formalistes russes préparait la prise en considération par la linguistique de ce qu'on allait appeler le discours (Ibid., pp. 6-7).

[46] « Un ensemble de règles anonymes, historiques, toujours déterminées dans le temps et l'espace qui ont défini à une époque donnée, et pour une aire sociale, économique, géographique ou linguistique donnée, les conditions d'exercice de la fonction énonciative ». Michel Foucault.

[47] Citation directe : « Si on privilégie l'herméneutique historique on est tenté de porter une attention moindre à la textualité ; jouant d'une convergence théorique avec la psychanalyse, on délinéarise, on fait travailler les segments les uns par rapport aux autres pour faire apparaître dans l'espace ainsi libéré la possibilité d'un non-dit, qui ouvre sur l'interprétation » (Ibid., 1984, p. 6).

Tzvetan Todorov voit que le discours est en réalité un *« sens indirect »* que l'on obtiendrait lors d'une énonciation particulière et dans un contexte. Ainsi, entre *« la tempête approche »* et *« Nous devons nous dépêcher »*, l'interprétation du deuxième énoncé n'est possible que dans un contexte relatif au premier ; si le sens du premier énoncé constitue un *« sens direct »,* celui du deuxième énoncé sera appelé *« sens discursif indirect »* qui se greffe à celui du premier énoncé. De cette manière, Todorov confère aux champs du sens indirect qui caractérise les discours dans la conversation quotidienne et la littérature le nom de *« symbolique linguistique »* (cf. Todorov T., 1978, p. 11) ; la symbolisation, rajoute José Yuste Frías a toujours constitué une condition nécessaire à la réalisation du discours (cf. Yuste Frías, 1998a, p. 281).

Lorsqu'on porte essentiellement notre attention sur le texte, on s'en tient au plan système et non sur l'usage de la langue. Mais aujourd'hui c'est bien ce dernier qui passe au premier plan ; la recherche sur l'analyse du discours combine entre l'usage de la langue lequel inclut l'interaction verbale, l'étude de texte, les messages multimodaux et la communication portant sur des évènements de grande envergure et méthodologiquement, l'analyse des corpus peut aussi bien être à caractère formel si ça concerne des structures phrastiques, conversationnelles ou argumentatives isolées, ou conduite en laboratoire pour étudier les processus cognitifs et les représentations mentales que recèlent les productions langagières ; rajoutons à cela les observations d'ordre ethnographiques pouvant être recueillies à propos d'une interaction liée à une situation sociale précise (cf. Van Dijk, 2011, p. 2).

L'appellation *« texte »* ayant muté vers l'appellation *« document »,* le discours devait donc être défini autrement ; de l'acception purement linguistique *« synonyme de la parole »*, *« unité linguistique de dimension supérieure à la phrase »*, *« notion intégrée à l'analyse linguistique, sur laquelle on se base pour comprendre les suites de phrases qui composent l'énoncé »*, on est passé à l'acception selon l'opposition avec le caractère systémique de la langue : « *le discours est entendu comme lieu où s'exerce la créativité, lieu de contextualisation imprévisible qui confère de nouvelles valeurs aux unités de la langue »* (Maingueneau, 1976, p. 12). Ces valeurs distinctives concernent divers emplois comme dans les énoncés solennels : *« le président a fait un discours »*, ou péjorativement pour des paroles sans effet, ou dans l'usage restreint dans la langue (discours politique, discours islamiste…) (Maingueneau, 2016, Chap. IV, §2).

Le passage de l'analyse du discours du cadre exclusivement textuel à l'extratextuel est explicité plus clairement dans le dictionnaire de l'analyse du discours élaboré par Maingueneau et Charaudeau :

1. L'analyse du contenu est chronologiquement antérieure à l'analyse du discours, elle constitue l'appellation scientifique largement répandue pour spécifier l'étude des caractéristiques générales servant à dessiner les contours d'une identité textuelle au

texte par description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste (cf. Bardin, 1993, p.21 cité par Maingueneau et Charaudeau, 2002, p.41), la stratégie analytique était de nature décontextualisée (Ibid., p.42) ;

2. Elle porte ensuite, sur l'usage réel du langage par des locuteurs réels dans des situations de communications réelles (Van Dijk, 1985, Chap. I, §2, in ibid.) ;

3. Puis elle passe à une focalisation sur un point spécifique dans le discours à l'initiative du linguiste M.A.K. Halliday qui estimait que l'objectif d'une telle démarche est d'interpréter la relation entre les régularités du langage et les significations et les finalités (*purposes*) exprimées à travers le discours (Nunan, 1993, p.7, cité in ibid, p.42-43).

4. L'évolution épistémologique de la discipline à travers ce que les auteurs appellent une « décloisonnement généralisé des recherches ». a suffit à ne rattacher l'analyse du discours ni à l'analyse linguistique du texte « à lui seul » ni à l'analyse des facteurs entourant la production de la textualité, sociologiques ou psychologiques « à eux seuls », mais elle réunit trois conditions : d'une part, elle joint l'organisation textuelle avec la situation de communication et ; d'autre part, elle s'intéresse au dispositif de l'énonciation qui lie une organisation textuelle et un lieu social déterminé. (Maingueneau, 1991/1997, p.13 in ibid., p.43-44).

Le langage en tant qu'instrument social est toujours soumis ou subordonné à l'effet recherché derrière sa production (capacité d'engager certaines formes d'action interindividuelles que notre société estime fondamentale), cela prime donc sur la connaissance des codes de la langue et des lois de l'esprit. Le dispositif d'énonciation tourne autour d'actes discursifs qui instaurent une relation entre interlocuteurs (dans le texte ou dans le conversationnel), ceux-ci génèrent des situations interlocutives qui constituent la vie sociale. Les actes discursifs se déroulent selon des règles établies par la communauté : dans l'utilité, dans la reconnaissance mutuelle sur la base d'une langue commune, dans les situations interlocutives, dans la pertinence des échanges, dans leur l'opposition ou leur différence, dans les rapports hiérarchiques, direction et progression des échanges. C'est dans ces règles qui s'inscrivent dans un rapport de coopération que les dispositifs d'énonciation fusent (Mendenhall, 1990, pp. intro, 3-4-8-9).

Si l'on s'en tient à la langue-système, on peut dire qu'une phrase comme : *« la maison brûle »*, sert à exemplifier une structure syntaxico-sémantique non attestée dans la réalité, c'est une structure fermée, décontextualisée. Ni *« la maison »* ni *« le brûlement »* n'ont de référents dans le monde. À partir de ce point, si on passe au discours, une mobilisation de référents devrait être faite. En nous appuyant sur l'explication fournie par Francine Mazière dans son ouvrage *« L'analyse du discours : histoire et pratiques »*, une *« mise en discours »* de cette structure syntaxico-sémantique s'opère de la manière suivante :

> Dans le plus petit fragment attesté, elle voit un « produit », informé, en première approximation, par un contexte, à la fois linguistique, rhétorique, historique, sociologique, mondain. La structure syntaxique, ou l'un de ses termes, prennent

> alors sens à travers une mise en usage actualisée, et donc potentiellement modificatrice de la forme grammaticale (Mazière, 2018, p. 8).

En faisant travailler cette structure, on innove en l'intégrant par exemple dans le récit de fait divers : *« l'édifice prit feu suite à … »*, ou par dramatisation littéraire *« il regarda de loin sa villa périr dans les flammes »* ; un effet rhétorique (cri d'alerte) associé au changement de position d'énonciation permettra d'effacer le nom de l'objet et le verbe *« Au feu ! »* et enfin comme titre de journal d'information, on obtiendrait *« Dégâts importants suite à un incendie dans la résidence X ».* L'auteure rajoute que la classification lexicographique des termes de la structure, s'ils sont pris isolément, ne permet pas à l'analyse du discours de définir leur portée sémantique, seule une *« interdiscursivité »* peut le faire. Ainsi, le sens du mot *maison* changera si on lui confère des valeurs en utilisant un contexte langagier, social ou avec l'aide de collocations, dans *« un horizon commun d'interlocuteurs »* : *« rassembler les membres de la maison »*, [esprit entrepreneurial] *« un cadeau de la maison »* [stratégie marketing] (Ibid.,)[48] : *« une phrase peut être employée pour faire beaucoup de choses. La connaissance de la langue, des règles de grammaire, du sens lexical ne suffit pas pour lever l'indétermination de la phrase. C'est dans la reconnaissance de la situation interlocutive que l'indétermination est levée »* (Mendenhall, 1990, p. 41). À la lumière de ce qui précède on peut dire que le trait définitoire le plus significatif du discours est l'organicité des actes discursifs réunis pour un but précis :

> Le discours (texte ou conversation) est fait d'actes discursifs. Il n'est pas une suite quelconque d'actes discursifs, mais un ensemble organisé, ou encore construit à l'intérieur des contraintes imposées par la langue et par la situation interlocutive dans un but précis de faire quelque chose : informer, expliquer, résoudre un problème, justifier une thèse, évaluer, interroger, décrire, raconter, etc. Le discours est construit ou organisé en ce sens que tous les actes discursifs réalisent ou contribuent à réaliser le but du discours ; c'est-à-dire chacun des actes discursifs joue un rôle dans la réalisation du but soit en concourant avec les autres actes, soit en agissant sur eux (ibid., p. 49).

Dans un autre registre et par opposition aux caractéristiques les plus « formelles du texte », (celui-ci peut être réduit à une simple écriture qui annonce l'impossibilité de la parole, ou un non-dit non actualisé), Paul Ricœur propose une définition encore plus édifiante de la notion de discours :

> Le discours implique une *activité synthétique* sur laquelle se greffent les diverses modalités d'innovation sémantique dont on va parler ; le discours articule un sujet de discours, un acte de discours, un contenu de discours, un code méta-linguistique, une référence extralinguistique, un interlocuteur. Ce que résume la formule : quelqu'un dit quelque chose sur quelque chose selon des règles

[48] L'auteure dans son ouvrage a pris la structure syntaxico-sémantique suivante : « Le loup mange l'agneau », nous avons suivi sa stratégie et avons constitué notre propre exemple.

> communes à quelqu'un d'autre ; autrement dit : un « locuteur », un « dire », un « dit » (ou sens), un « monde » (ou référent), des règles (phonologiques, lexicales, syntaxiques), une « allocution » (Ricœur, 2010, p. 36).

En nous appuyant sur cette dernière citation, on ne peut qu'admettre que la pratique de la traduction, en plus du fait qu'elle n'est pas axée seulement sur des structures syntaxico-sémantiques prises isolément, est concernée par le maniement du langage en langue cible laquelle devrait tenir compte – en rapport avec l'original – du sujet du discours (ce dont on traduit), d'un contenu (idéologique, politique, médiatique, littéraire), d'un code métalinguistique, *« langage parlant d'un autre langage, ou discours ayant pour référent un autre discours »* (cf. Barthes, Beauchamp, Bouillard, et al., 1971) et d'une référence extralinguistique (contexte, ou *« relation métaphorique »* si l'on a affaire à une forme sentencieuse). Mettons que le discours, particulièrement le discours « écrit » (le texte), qui suppose que la production et la réception se déroulent dans deux espace-temps différents et dans lesquelles l'énonciateur et l'énonciataire sont l'un pour l'autre des représentations mentales et non des réalités concrètes (par rapport au discours oral), son transfert d'une langue à une autre devient important à partir du moment où ce texte est travaillé dans un cadre général de transfert fixant un dispositif qui représente de façon dynamique l'interaction entre l'énonciateur et l'énonciataire ainsi que la finalité et les circonstances de leurs interactions (Delisle, Hannelore, et C.Cormier, 1999, p. 31).

Le discours, écrit Jean Delisle, *« jette un pont entre la langue et la réalité »* (cf. Delisle, 1984, p. 73). La relation discours-traduction est mise en valeur sur un rapport de créativité discursive, d'explicitation du non-dit et d'inférence pour ne citer que ces trois points ; la prise en compte du discours dans le transfert met le traducteur dans un terrain où le traitement du texte à traduire prend des problématiques approfondies lesquelles sont différentes des difficultés habituelles comme la fidélité ou l'intraduisibilité qui poussent à l'adaptation ou à l'emprunt ; la créativité discursive est définie par Jean Delisle comme suit :

> « À côté des mots et des passages plus ou moins faciles à traduire […] tout texte renferme *"des pierres et des souches"*, […] qu'il faut savoir éliminer pour rendre le sens et parvenir à la grande lisibilité possible. Une créativité discursive nécessite un effort de réflexion plus intense qu'une remémoration ; il ne suffit pas, comme dans le cas de la remémoration d'isoler la signification pertinente mais de mobiliser l'équivalence lexicalisée ou préexistante dans les habitudes d'expression des locuteurs de la langue cible » (Delisle, 2013, p. 192).

La créativité discursive n'aboutit pas à une formulation créée de toute pièce mais à une équivalence qui existe de façon latente dans la langue d'arrivée – qu'on ne retrouve ni par recours au dictionnaire ni par association aux mots du texte de départ (ibid.,) *« le discours a cette propriété étonnante de faire éclater les limites de la langue et la signification des mots. La créativité*

est possible en raison de l'infinie flexibilité de la langue » (Ibid., pp-192-193). La création discursive rentre dans une dynamique de travail du traducteur dans laquelle il crée une équivalence dans la différence, *« une équivalence lexicale, syntagmatique et même phrastique, imprévisible hors (discours) »* (Delisle, Hannelore, et C. Cormier, 1999, p. 25) ; elle est différente d'une création néologique, cette dernière est une innovation lexicale destinée à nommer une réalité nouvelle, dans le concret ou dans l'abstrait ; la création discursive, en revanche, se propose comme une formulation ayant un rapport avec les mots du texte de départ et n'est valable que pour le contexte dans lequel elle intervient (Delisle, 2013, p. 193).

3.3.1.2.2 Démontage du processus de la traduction et les quatre paliers du maniement du langage

Jean Delisle propose d'étayer davantage le processus de traduction à trois temps, de la théorie interprétative de l'école de Paris, qu'il bifurque en deux processus parallèles :

Le démontage ou *« déconstruction »* du processus de la traduction est grandement similaire à

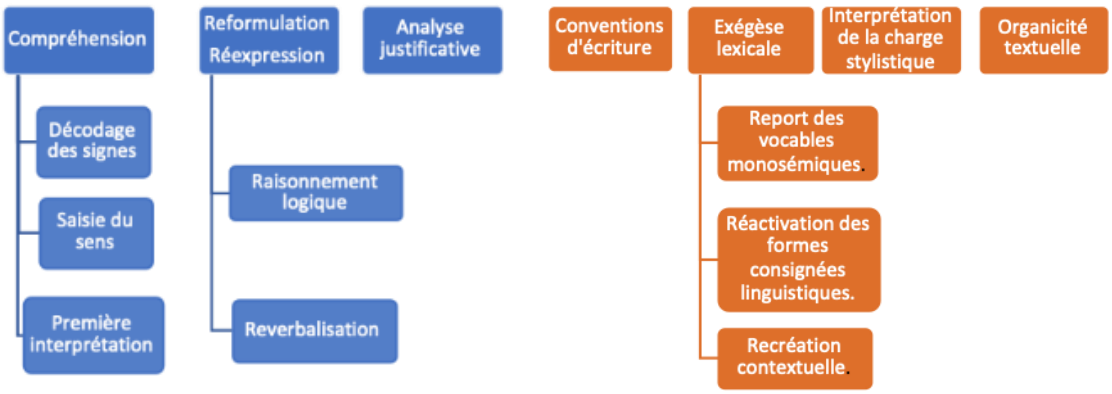


Figure 2 Plans de démontage du processus de traduction et des quatre paliers du maniement du langage

celui de la théorie interprétative de l'ESIT, mais il convient de préciser que ce que l'auteur entend par *« reformulation – réexpression »* est la phase intermédiaire qu'est la *« déverbalisation »* au sens de la théorie interprétative de Danica Seleskovitch et Marianne Lederer, et inversement celles-ci désignent par *« reformulation ou réexpression »* la dernière étape de leur processus traductif entendue par Jean Delisle comme *« analyse justificative ».*

Nous avons résumé le démontage du processus de traduction comme suit (Delisle, 1984, [résum] des pp. de 71à 84) :

1. Il s'agit d'élucider, suivant une logique exégétique, la portée générale du texte en essayant de repérer un réseau équilibré de rapports multiples qui se composent de rapports sémantiques entre les mots et les énoncés du texte. Puis l'on s'intéresse aux rapports référentiels entre les énoncés et les faits non-linguistiques.

2. L'intention de l'auteur (ou l'énonciateur) est à relever à travers la cohérence générale du texte. L'appréhension se veut comme une lecture silencieuse, ou un dialogue herméneutique qui s'opère sur le texte. Dans cette phase, le lecteur a un rôle actif dans le procès de communication initié par l'auteur qu'il doit garder tout au long du transfert.

3. Les trois paliers de la phase de l'appréhension du sens sont le décodage des signes, la saisie du sens et la première interprétation. Le décodage des signes s'opère par référence au système linguistique. On a pour objectif de dégager le contenu conceptuel des mots par analyse lexico-grammaticale dans le but de saisir les relations abstraites qui unissent les mots dans une simple phrase par exemple. Cependant, l'analyse lexico-grammaticale ne permet pas d'enchaîner directement sur une traduction proprement dite puisqu'elle impliquerait *« une correspondance mécanique de chacune des énoncés du texte avec celles de l'autre langue »* et cela donne un transcodage que l'on évite. Une vérification de l'analyse lexico-grammaticale devrait se faire avec le contexte.

4. *La saisie du sens*, s'appuie sur une délimitation précise du contenu conceptuel de l'énoncé en lui associant un contexte référentiel dans lequel il baigne. En prenant appui sur ce que signifient les signes linguistiquement, on élabore une méthodologie de traduction pour réexprimer des concepts et des idées ; cette piste est la seule condition de franchir l'obstacle structural qui sépare les langues en dépit de l'intransposabilité réelle d'un code linguistique dans une autre. Étant donné que le sens est indépendant de la forme linguistique, on pointe vers lui et il est défini comme une synthèse originale se situant au carrefour des références structurales et situationnelles, et un mot ou une phrase sont toujours interprétables en fonction des paramètres situationnels, du cadre énonciatif, ils acquièrent une nouvelle dimension.

5. *La première interprétation* se bifurque en deux : la première est relative aux tentatives de déceler à peu près les intentions de ce qui est dit, elle se base à partir des intuitions qui nous parviennent de l'environnement immédiat du message *« isoler mentalement les idées de l'énoncé et lui associer un bagage cognitif »* ; la seconde est contextuelle et prend en considération *« un contexte cognitif »* relatif aux circonstances d'énonciation avec tous ses méandres.

6. *La reformulation* est fondamentalement un acte d'intelligence impliquant la mise en œuvre d'un ensemble d'opérations vivantes, agissantes et inconscientes. Elle implique également un va-et-vient entre le sens « immatérialisé » devant être exprimé de la manière la plus fluide et les contraintes de la langue qui rendent difficile une telle entreprise ; la reformulation peut également être considérée comme une phase dans laquelle le contenu est vocalisé virtuellement comme si l'on cherchait le moindre indice qui puisse orienter notre décision.

7. *Le raisonnement analogique* est un travail de prospection des ressources expressives dans la langue d'arrivée par le biais duquel on aboutit à une quantité de solutions. Dès lors, il appartiendra au traducteur d'en choisir la meilleure en s'appuyant sur son habileté déductive et associative. Toutefois, les solutions trouvées par raisonnement analogique sont les mêmes que celles qu'on trouve dans le dictionnaire et celles-ci ne sont que provisoires et peuvent ultérieurement faire l'objet d'une amélioration.

8. *La reverbalisation* est la phase dans laquelle les solutions retenues par le raisonnement analogique font l'objet d'un tri. Plutôt que privilégier les évidences linguistiques et factuelles, dans cette phase, on rend compte d'une prise de décision par rapport à

l'une d'elles à travers un raisonnement créateur initié par un processus cognitif d'activation du bagage culturel.

9. *L'analyse justificative* est la dernière étape du processus cognitif dans laquelle on vérifie l'exactitude de la solution retenue et dans quelle mesure cette solution est conforme au vouloir-dire de l'auteur du texte, elle constitue une interprétation à double niveau, le premier s'opère avec la saisie des concepts, leurs expressions et l'extirpation des idées sur un message ; le second s'intercale entre la réexpression et le choix d'une solution finale.

Les quatre paliers du maniement du langage ont été inspirés à travers l'expérience d'enseignement de la traduction dans l'université canadienne. Orientés par une méthodologie de traduction cibliste, ils mettent en œuvre des stratégies opératoires de transfert pour exploiter au maximum les ressources de la langue d'arrivée et maîtriser les techniques de rédaction. Ils ont un but pédagogique par excellence puisqu'ils sont envisagés dans la transmission d'un savoir organisé et pensé, lequel vise à développer l'aptitude à traduire de façon raisonnée. Le maniement du langage exige également une double compétence : *« une compétence de compréhension »* et *« une compétence de réexpression »,* et au demeurant, deux autres aptitudes complémentaires sont requises : les unes *« interprétatives »,* les autres *« expressives »* (cf. Delisle, 1984, Chap. III, §3 et 1999, p. 233).

Nous avons résumé ces quatre paliers de la manière suivante :

1. Pour *« les conventions de l'écriture »*, on peut dire que les errements de la théorie linguistique constatés en traduction n'empêchent pas d'admettre que la linguistique générale l'a néanmoins dotée d'outils nécessaires à la présentation d'un texte traduit de manière efficace. Les conventions d'écriture selon Alain Polguère permettent de représenter de façon rigoureuse et de signaler les contextes où la langue se décrit elle-même (Polguère, 2016, p. 19) ; les conventions d'écriture sont des normes culturelles et relèvent de la propriété du style ; il s'agit donc de maîtriser tout ce qui a trait à la présentation formelle du texte traduit en commençant par les abréviations conventionnelles, les unités de mesure et de temps, l'emploi des majuscules dans les titres, les noms propres et les noms géographiques et historiques, la division de mots, orthographe, ponctuation et signes divers … jusqu'aux protocoles de la correspondance administrative et commerciale et autres étiquettes, codes ou conventions d'écriture en usage dans les écrits pragmatiques (cf. Delisle, 1984, p. 100).

2. L'*« exégèse lexicale »* comprend trois sous paliers : *« report des vocables monosémiques »* ; *« réactivation des formes consignées dans les systèmes linguistiques »* ; et *« interprétation de la charge stylistique »*. En ce qui concerne la transposition des *vocables monosémiques* (les mots qui n'ont de sens qu'à travers leurs aspects formels tels que *Algérie*, *France*, *Nicaragua*, *Madison Square*, *Londres*, *Maya, Nelson Mandela* …, les appréhender ne nécessite aucun effort interprétatif.

3. Le travail interprétatif commence ensuite par *la réactivation des formes consignées* et *la recréation contextuelle*, lesquelles sont respectivement associées aux *interprétations de premier niveau et de second niveau* (cf. Delisle, 1984, p. 101).

4. La réactivation des formes consignées dans les systèmes linguistiques à travers une interprétation dite de *« premier niveau »* consiste à isoler l'acception contextuelle pertinente d'un mot ou d'un syntagme et à chercher dans la langue d'arrivée son équivalent *potentiel* assez reconnu et partagé dans la langue cible ; c'est ce qu'on appelle *équivalence consignée* dans les deux systèmes linguistiques. Pour arriver à cela on procède à une analyse de l'environnement direct qui entoure un mot ou une tournure ce qui permet de sélectionner l'équivalent pertinent parmi d'autres acceptions en convoquant la mémoire linguistique ; *l'interprétation contextuelle est l'étape intermédiaire qui s'intercale entre le décodage linguistique et la postulation d'une équivalence de sens ; le traducteur ne se contente pas d'interpréter des significations linguistiques, il les habille aussi d'un sens* (cf. Delisle, 1984, p. 140).

5. L'équivalence consignée est une traduction intermédiaire (provisoire si on veut) et une solution d'appui dans l'environnement aussi bien cotextuel que contextuel qui déblaye le terrain à une équivalence plus pertinente. Pour interpréter un mot, on tient compte de son contexte global et de l'exploration du micro-texte c'est-à-dire son entourage lexical ; l'interprétation du premier niveau est un processus de traduction qui respecte les règles grammaticales mais il y a un niveau de difficulté à observer ici ; la traduction au moyen d'équivalents consignés dans la langue d'arrivée reste possible et conforme au sens voulu si les ressources d'usage linguistique le permettent ; si cela n'aboutit pas, on passe à l'interprétation du second niveau qui relève du contexte seulement. (Delisle, 1984, pp. 103-105).

6. *La recréation contextuelle* est une interprétation de *« second niveau »* ; elle met en jeu deux réalités ou deux situations de communication qui ne coïncident pas ; elle est envisagée dans le cas où la langue naturelle génère un langage aux combinaisons particulières où le sens ne peut être dégagé qu'à travers le contexte. Autrement dit, s'il n'y a pas dans la langue d'arrivée une expression toute faite qui décrit telle réalité ou telle chose suivant l'usage, qui appartient au stock collectif (Ladmiral, 1994, p. 17), la recréation contextuelle permet d'outrepasser l'assemblage lexical. À ce stade, plutôt que de se fier à la méthode comparatiste, on s'appuie surtout sur l'intuition et sur l'effort intellectuel au lieu de puiser exclusivement dans la langue pour trouver le meilleur équivalent.

7. Si l'objectif de la recréation contextuelle est d'obtenir une alchimie entre le lexique et le style qui lui convient, le but est de créer une autre alchimie style-lexique dans la langue cible en intégrant même nos valeurs morales, sociales ou esthétiques dans le choix d'équivalences pris, ce qui exclut la simple comparaison interlinguistique de l'interprétation du premier niveau; ce n'est donc plus la langue toute seule qui tente de trouver le sens, le subconscient du traducteur peut faire toute la différence (cf. Delisle, 1984, pp. 105-107).

8. *L'interprétation de la charge stylistique* concerne l'aspect du style à attribuer à la traduction. Le style est une *spécialisation fonctionnelle de langue*, indissociable des impératifs de la communication. Pour assurer une bonne communication, le traducteur est tenu de se conformer aux exigences stylistiques du texte qu'il traduit (cf. Delisle, 1984, p. 113). Ainsi, le style fait partie des incontournables indices de l'analyse textuelle : l'auteur, le sujet traité, le vecteur comprenant le genre du texte et les ressources linguistiques utilisées et le destinataire.

9. L'explication du texte comprend par exemple le scrutage de la valeur contextuelle des mots et leur importance relative, décèlement des cadences de phrases et les

aspects des verbes, évaluation de la couleur du style. Explication des sous-entendus et l'attribution d'un sens « provisoire » qui servirait d'appui pour la réexpression ; généralement si les phrases sont prises séparément, elles signifieraient autre chose. Le but du jeu est de garder ce sens provisoire comme appui pour une étape ultérieure. En somme, il s'agit d'associer des connaissances non linguistiques à un savoir linguistique grâce à un acte d'intelligence [Explication du texte] (cf. Delisle, 1984, p. 142).

10. Un des écrits dans lequel le style est clairement mis en valeur est celui des journalistes, ceux-c*i cherchent généralement à présenter les évènements et les faits dans leur aspect le plus spectaculaire, le plus inédit quitte au besoin à forcer la note. On dit qu'ils sont « à l'affut du sensationnalisme »* (cf. Delisle, 1984, p. 114). Les différents textes et notamment les textes spécialisés sont mis en valeur par des modèles de discours, le style médical se caractérise par un vocabulaire rigoureux, le style juridique est différent du style commercial etc. ; une traduction réussie dépend de la manière dont on rend la charge stylistique dans la langue cible. Chaque texte apporte une information précise avec un style précis, si l'on veut transposer ce texte dans un domaine dans lequel il faut une charge stylistique conséquente comme la publicité, il faut joueur sur le discours positif, l'embellissement etc. Par ailleurs, le style juridique penche vers l'explicitation la plus claire qui soit pour éviter les zones d'ombre et les fausses interprétations ; *le style est comparable à un vêtement imposé par les impératifs de la communication dans lequel le traducteur drape son texte pour le rendre conforme aux règles du genre ou pour atteindre la sensibilité du lecteur* (cf. Delisle, 1984, pp. 117-118).

11. L'organicité textuelle, quatrième et dernier palier du maniement du langage, l'organicité correspond à l'armature de l'édifice textuel. Elle dessine les contours de toute la macrostructure de la version finale du texte traduit. À ce stade du « traitement traductif » du texte cible, on s'attèle à la cohérence, à l'enchaînement des énoncés et aux rapports entretenus par les éléments d'information au fur et à mesure que l'on avance dans la rédaction jusqu'à ce qu'on achève le produit fini (le texte cible), *« l'organicité textuelle témoigne de la rigueur de la pensée du traducteur et de son aptitude à communiquer intelligiblement un message »* (cf. Delisle, 1984, p. 121) L'apport des autres paliers est ponctué par la bonne rédaction. *La réorganisation des concepts selon les lignes de force de l'original exige du traducteur une grande souplesse intellectuelle… son aptitude à pratiquer cette gymnastique dans la mesure de sa compétence à reformuler un message ; l'ordre logique ne correspond pas toujours à l'ordre direct et est dicté par le déroulement du texte original.* (Delisle, 1984, p. 121). En ce sens, lorsqu'on traduit on applique le choix des structures syntaxiques du discours d'arrivée et non pas celles du texte de départ ; plus explicitement, la phrase de l'organicité du texte porte à être considérée comme une phase d'esthétique du texte d'arrivée.

Par l'organicité du texte et les facettes qui caractérisent le maniement du langage, la traduction ne se limite pas à un transfert linéaire dans le but de créer une copie de l'original ; c'est un transfert de génie à génie au moyen duquel on rédige le texte final en prenant en considération les propriétés linguistiques propres à chaque langue, c'est une mise en valeur de fonds linguistico-culturels spécifiques comme le décrit si bien Antoine Rivarol :

> On demande souvent ce que c'est que le génie d'une langue, et il est difficile de le dire. Ce mot tient à des idées très composées ; il a l'inconvénient des idées

> abstraites et générales ; on craint, en le définissant, de le généraliser encore. Mais afin de mieux rapprocher cette expression de toutes les idées qu'elle embrasse, on peut dire que la douceur ou l'âpreté des articulations, l'abondance ou la rareté des voyelles, la prosodie et l'étendue des mots, leurs filiations et enfin le nombre et la forme des tournures et des constructions qu'ils prennent entr'eux, sont les causes les plus évidentes du génie d'une langue… (Rivarol, 1797, p. 13).

Le texte, quel que soit sa thématique, contient des mots qui ont de la personnalité, ils portent tous à des degrés divers, une charge affective intellectuelle et imaginative et pour les rapprocher le plus possible dans une autre langue, il est essentiel de déceler l'élan qui les emporte et de donner à ses phrases le rythme approprié.

Pour expliciter la méthode de Jean Delisle nous avons choisi trois exemples pour illustrer la pertinence du choix des équivalences. La traduction de pièces officielles des Pays comme celle des papiers d'état civil et les résolutions qui paraissent dans divers numéros de journaux



Figure 3 Document d'état civil saoudien datant de 1965

officiels est un exemple pertinent ; les pièces d'état civil à travers le monde se caractérisent par quelques mentions particulières qui prêtent à confusion lorsqu'on essaye de les traduire parce que ces notions témoignent justement, de par leur expressivité, des pratiques sociales et administratives ; certains mots ou expressions ont des connotations idéologiques ou ethniques qui nous poussent à aller chercher plus loin que leur simple figuration dans le document ; les terminologies particulières constitutives de tout document d'état civil est une preuve tangible que chaque entité « nomme » et gère ses affaires internes, ce qui prouve que les pièces d'état civil sont de véritables miroirs des sociétés.

La mention *daftar-al-nufus* (figure 3) est inscrite sur un livret des naissances saoudien datant de 1965, et si l'on veut traduire cette expression en français, on se heurte d'abord au problème d'usage de jargon administratif entre les administrations française et saoudienne ; un autre problème concerne le volet diachronique (évolution de la terminologie administrative dans les

deux systèmes dans le temps suivant des conjonctures diverses). Admettons qu'une personne saoudienne résidente en France ait besoin de la traduction officielle de son certificat de naissance pour constituer un dossier quelconque. Si on suit le processus analogique du dictionnaire, on obtient des équivalences transcodées, absurdes : *« Carnet d'esprits »* ; *« Carnet de population »* peuvent être considérées comme un transcodage acceptable ; mais la recréation contextuelle donnerait les équivalences : *« Livret de famille » ou* « *Carnet de la famille ».* La différence qui existe entre le raisonnement analogique simple et la reverbalisation se situe au niveau des phases d'inspiration du traducteur lorsqu'à travers son va-et-vient incessant avec la mémoire, il parvient à activer dans son subconscient sa palette expressive exceptionnelle, l'équivalence la plus juste de manière spontanée (cf. Delisle, 1984, p. 82).

Par conséquent dans la reformulation, il y a deux étapes, celle du raisonnement analogique qui se manifeste par la prospection des ressources expressives provisoires, l'autre réfléchie, subconsciente qui prend appui sur la première. On peut même qualifier cette étape de *pré-traduction.*

Un autre exemple (Figure 4) : dans plusieurs pays arabes, la carte permettant de faire figurer

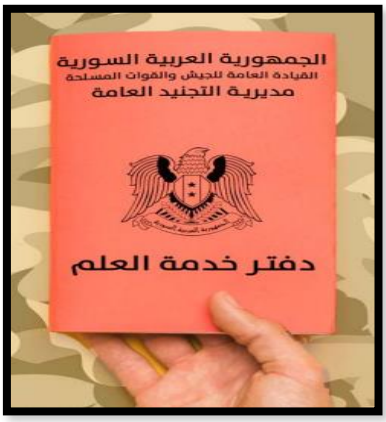


Figure 4 Document d'état civil syrien

toutes les instructions administratives du service national est appelée *daftar-khidmat-al-âlam.* Cet exemple est encore une fois édifiant en ce qui concerne le transfert de sens vers une autre langue. Une analogie pure et simple permettrait de dégager les équivalents suivants : *« Carnet du service du drapeau », « Carte du service de drapeau », « Livret de service du drapeau »*, il y a lieu de prêter une attention particulière à *« drapeau ».*

La langue française nous enseigne que le fait d'être sous les drapeaux est accomplir son service national (L'internaute, 2021) ; le vieux dictionnaire classique universel donne la signification suivante : *« être sous les drapeaux signifie être sous bannière militaire sous laquelle les soldats s'assemblent pour combattre et pour les exercices, être sous les drapeaux : être au service »*

(Bénard, 1872, p. 237). Il faut comprendre que l'amour du drapeau au XIXe siècle symbolise le combat militaire, le courage, la fierté et l'attachement aux valeurs de la nation à cause de l'atmosphère des conquêtes et les courses à l'annexion de territoires, campagnes scientifiques destinées à explorer l'Orient, les Amériques, l'Afrique etc. Les appels publiés dans les journaux animaient à cette époque chez les jeunes gens en Occident un sentiment de patriotisme mêlé au goût de partir à la conquête et à l'aventure. On peut dire alors que l'expression *« être sous les drapeaux »* est analogue à son équivalent *khidmat-al-âlam,* littéralement adopté par certaines administrations arabes et particulièrement celles du Moyen Orient qui ont été annexées à l'empire français.

Cependant, aujourd'hui, dans la majorité des pays occidentaux, on va vers un recrutement de militaires par voie professionnalisante, cela a écarté le service national obligatoire remplacé par le service civique. La nouvelle conception du service national impliquant alors un remaniement terminologique administratif a changé (et il n'est pas le seul et unique critère) la perception émotionnelle du véritable service national qui, lui, repose sur l'apprentissage de la discipline, l'amour de la patrie et le développement d'autres compétences personnelles. Il n'empêche que dans de nombreux pays, le service national conserve toujours sa connotation originale (au minimum dix-huit mois de service, dont six mois ponctués par une instruction militaire stricte comprenant des entraînements physiques et le maniement d'armes automatiques). Toute cette illustration nous sert d'arrière-plan culturel pour affirmer que *khidmat-al-âlam* a une valeur psychique subtilement différente de celle du *service civique.* Un traducteur doit prendre en considération ces données qu'André Martinet appelle les valeurs affectives du langage ; il doit se situer entre deux sphères culturelles par rapport à l'importance accordée à chaque mot ou expression – de laquelle il traduit et vers laquelle il traduit – pour choisir la meilleure équivalence.

Par conséquent, les équivalents du premier niveau cités plus haut nous permettent de dégager une solution intermédiaire, ensuite le recours à la contextualisation nous poussera à dépasser ces équivalents intermédiaires en proposant une équivalence bien meilleure à savoir : *« carte du service national ».* On écartera les propositions « *carte du service civique* » et « *carte de service du drapeau »* : la première ne restitue pas tout à fait le contexte, la deuxième est inusitée. On aura donc vu que l'analogie intermédiaire peut ne pas être efficace dans le choix final de la traduction, mais elle est véritablement cette vague indication de sens sur laquelle le traducteur prend en considération dans le processus cognitif.

3.3.1.3 Le processus de traduction et le concept d'expérience

Douglas Robinson, dans son ouvrage *« becoming a translator : an introduction to the theory and practice of translation »* s'est inspiré de la triade de Charles Sanders Peirce pour concevoir un processus de traduction basé sur l'expérience traductive. Les préférences idiosyncratiques et les habitudes peuvent être cernées à travers ce que propose Peirce dans sa triade : *instinct → expérience → habitude.* Pour lui, le monde est cerné dans toutes ses manifestations avec l'instinct, l'expérience et l'habitude, nous avons résumé la position de Robinson dans son chapitre III *« The process of translation »* dans les lignes qui suivent (Robinson, 2012, [résum] pp. 62-75) :

Comme l'instinct est défini par Peirce comme une disposition inconsciente de l'esprit à interagir avec le monde, les mots du texte sautent aux yeux. Cela conduit le traducteur à extraire instinctivement leurs sens et leurs fonctionnements en structures syntaxiques. L'expérience est relative au mode opératoire du genre : *« je sais comment faire »*, l'effet surprise est dissipé. L'expérience se traduit par le va-et-vient entre deux langues à la recherche des équivalences parfaites. L'habitude équivaut à l'action que l'on prend pour dégager le résultat escompté. Compte tenu de la complexité des « expériences » de la traduction, Douglas Robinson utilise une autre triade de Peirce : *Abduction → Induction → Déduction.* L'abduction comprend les diverses approches qu'on appréhende conjointement entre le texte soumis à la traduction et le texte qu'on « miroite » en langue étrangère. L'expérience d'abduction se résume au fait qu'on ne sait pas comment agir par rapport au texte que l'on a sous les yeux avec toutes ses incompréhensions qu'il dégage soit dans l'écrit soit dans le discours, le défi se résume à la prise en compte des éléments clés du texte, l'essentiel de ce qu'il contient quitte à faire un *« coup aveugle »*. L'approche intuitive de la traduction à la manière de Peirce, place le traducteur dans la véritable pratique de la traduction. Au début de l'interaction avec le texte, on procède par tâtonnements, toutes les tentatives hasardeuses nous conduisent à faire des erreurs mais l'on apprend de ces erreurs et c'est là le gage de l'expérience ponctuée par le fait qu'on aura développé des modèles cognitifs et des approches personnelles qui nous permettent de traduire rapidement et efficacement. De telles compétences deviennent ensuite l'habitude, une seconde nature.

> Le traducteur approche de nouveaux textes, de nouvelles missions et des situations avec promptitude instinctive révélant son talent pour les langues et la traduction qui se cultive avec l'expérience et se transforme en automatismes fruits de l'habitude. L'instinct et l'habitude étaient pour Peirce, rappelez-vous,

> une promptitude à agir, l'unique différence entre les deux c'est que l'expérience guide l'habitude. (Robinson, 2012, p. 69) [Notre traduction].[49]

L'expérience est relative à plusieurs façons dont on perçoit le monde, une expérience relative à sa connaissance, une expérience des professions, une expérience sur les langues, une expérience des réseaux sociaux, une expérience relative aux différences entre cultures, normes et valeurs.

Par le simple fait d'établir le premier contact avec un texte, on sait déjà si on peut le traduire ou pas, ça se passe par intuition, le raisonnement abductif nous permet d'outrepasser les obstacles qui entravent cette démarche. Au fur et à mesure que l'on résout les problèmes par les tentatives de traduction, on développe les modèles qui constituent l'induction, la manière dont on reformule ou on articule nos résultats finaux est la déduction. En nous référant à la pratique quotidienne, on peut dire que : *« …chaque traducteur développe sa propre théorie de la traduction plus ou moins cohérente, issue de son expérience quotidienne même si nous ne sommes pas toujours capables de l'articuler ».* (Robinson, 2012, p. 69) [Notre traduction][50].

> L'expérience du monde est bien entendu vitale pour tous les humains ; sans l'expérience des conversations avec les gens on ne saurait apprendre une langue ; sans l'expérience des interactions d'autres gens on ne saurait comprendre les normes comportementales de notre société ; sans l'expérience des textes écrits et des médias visuels on n'aurait jamais pu connaître le monde au-delà de notre environnement immédiat ; sans l'expérience du monde – ce qui serait vraisemblablement une chose inimaginable – nous n'aurions rien appris ; l'expérience du monde fait partie intégrante et permanente de notre vie ». (Robinson, 2012, pp. 74-75). [Notre traduction][51].

3.3.2 Le niveau pragmatique

Parmi les rares critiques attribuées à la théorie interprétative de l'ESIT c'est que celle-ci ait privilégié le volet pédagogique axé sur une assimilation de l'opération traduisante, plutôt que d'insister sur l'intention de communication que recèle tout message que l'on veut traduire. Le trait sombre de l'interprétation est le mystère qui entoure le moment de son déroulement voire la façon dont elle se met en route qui n'ont jamais de saisie de manière systématique, où peut-

[49] Citation originale: « The translator approaches new texts, new jobs, new situations with an intuitive or *instinctive* readiness, a sense of her or his own knack for languages and translation that is increasingly, with experience, steeped in the automatisms of habit. Instinct and habit for Peirce were both, you will remember, a readiness to act; the only difference between them is that habit is directed by experience ».
[50] Citation originale: « …each translator will eventually develop a more or less coherent theory of translation, even if s/he isn't quite able to articulate it ».
[51] Citation originale: « Experience of the world is of course essential for all humans. Without experience of other people speaking, we would never learn language. Without experience of other people interacting, we would never learn our society's behavioral norms. Without experience of written texts and visual media we would never learn about the world beyond our immediate environment. Without experience of the world – if in fact such a thing is even imaginable – we would never learn anything. Experience of the world is an integral and ongoing part of our being in the world ».

on réellement situer l'interprétation dans le processus de production de sens ou dans le produit traduction en question ? elle constitue plutôt un effort devant une résistance, un processus interprétatif laisse une porte à une multiplicité de pistes de sens. Or pour plus de pertinence, la traduction demande plus de clarté. En effet, le volet pédagogique mis en relief à travers les exercices de version à l'université sert à former de bons convertisseurs interlinguistiques, mais un traducteur talentueux traduit l'intention supposée de l'auteur ou les implications de son discours. Un processus de traduction interprétative ne lève pas forcément l'ambiguïté dans certains cas. Dès lors, la traduction sous cet angle, en plus du fait qu'elle n'est pas une affaire de correspondances interlinguistiques et que sous la théorie interprétative, elle est sortie du principe instructionnel de la traduction littérale, reste *« flottante »* sans visée communicative pour un texte pragmatique (publicitaire, médiatique…). *« Le processus de construction de sens ne se fait pas "en terrain vierge", le traducteur a normalement connaissance de la situation de communication, qui inclut, l'émetteur, les destinataires, le lieu, l'époque et la raison d'être du message »* (Henry, 2003, pp. 64-66). La pragmatique est concernée par les aspects de la communication qui se situent au niveau de l'énoncé (et non pas de la phrase) ; un énoncé est une phrase ou tout autre expression linguistique produite dans une situation spécifique par un locuteur spécifique qui a l'intention de communiquer quelque chose et d'atteindre un certain but au moyen de son énoncé ; chaque énoncé est donc unique et sa compréhension tout en s'appuyant sur le décodage relève de l'interprétation. Dans le domaine médiatique par exemple le texte est analysé dans ses dimensions, informative de base et fonctionnelle par principe, ce qui le transforme en matériau manipulable à travers la création des articles et leur diffusion plutôt que de le prendre comme une entité intouchable comme l'exigeait une pratique de la traduction ancienne ; le texte médiatique devient une propriété de tous les acteurs de la communication (cf. Davier, 2017, p. 30), cela est une preuve que le sens à construire se trouve lié à des facteurs externes au texte.

En traduisant les textes pragmatiques, le traducteur ne suit pas la phraséologie en tentant de lui trouver quelque équivalence qui lui ressemble en langue cible, il doit opter pour la brièveté, fonction primaire de la communication. Un tout formel devrait faire l'objet d'une expression plus concise, mieux articulée et pertinente avec valeur communicationnelle. (cf. Delisle, 1984, Chap. XIII, S1). Il devrait considérer en tant que lecteur d'abord la finalité du texte et cette finalité elle-même intégrée à une pratique sociale plus large va de la prise d'information à sa vérification auprès d'un autre texte de référence du même type ; d'ailleurs on peut citer comme exemple les textes juridiques en rapport avec les textes de doctrine ; la prise de décision et bien d'autres paramètres justifient la démarche relativement stricte dans l'horizon d'attente d'un texte pragmatique. Contrairement à un texte esthétique, un texte pragmatique ne brouille pas

les pistes, ne tend pas vers l'implicite, n'accentue pas l'effort interprétatif en dirigeant l'attention dans des directions trop disparates, il a des codes d'énonciations qui se reflètent d'emblée dans sa macrostructure. (Plassard, 2007, pp. 41-42).

Pour Jean Delisle, ce qui importe le plus c'est la manière dont on traite l'information exprimée dans un texte, c'est elle qui fait aujourd'hui l'objet de la problématique de traduction de masse et de laquelle se dégage toute une typologie de traduction spécialisée. Ainsi sur le plan rédactionnel, il est indispensable d'avoir un art de réexpression fondée sur la connaissance des langues, la maîtrise des techniques de rédaction. (Delisle, 2013, p. 439).

La traduction des textes pragmatiques est du ressort de la théorie du « *skopos »* qui dérive du grec et signifie *visée*, but ou finalité (cf. Vermeer, 2007, p. 4, Aygün, 2022, p. 38, Lavaur et Serban, 2008, p. 90, Nord, 2018, Chap. III, §3). Cette théorie été adoptée en traductologie pour désigner une théorie initiée en Allemagne par Katerina Reiss et Hans Vermeer à la fin des années 1970 ; elle apporte, en plus de l'effort interprétatif mis en valeur par la théorie interprétative, une sorte de plus-value fonctionnelle, car elle est basée sur des *« conceptions pragmatiques qui mettent le processus de traduction dans le sillage d'une action complexe »,* (cf. Métrich et Albrecht, 2016, p. 511) ; elle s'intéresse aux objectifs de communication qui ont conduit l'apparition du texte en tant que tel, sa raison d'être, à sa finalité et à sa réceptivité chez le public cible, ces facteurs délimitent le champ d'action de l'opération traduisante.

Claude Bocquet rapporte que le *« skopos »*, correspond à l'ultime conséquence des réflexions de l'après-guerre amorcées par Edmond Cary qui fondait la traduction sur les types de texte à traduire ; ses travaux ont été repris par Katarina Reiss pour qui la traduction se base essentiellement sur des objectifs disséminés dans le discours, elle catégorise les textes pragmatiques en trois types :

1. Les textes à dominante informative : où le contenu prime sur la forme ;
2. Les textes à dominante expressive : comme les textes littéraires qui mettent en valeur en exergue la créativité de l'auteur ;
3. Les textes à dominante incitative : tels que les textes publicitaires ou de propagande politique où il s'agit de déclencher une réaction du lecteur.

La théorie du skopos s'est développée davantage grâce aux travaux des élèves de Katharina Reiss à savoir : Christiane Nord et Hans. J. Vermeer qui voient le traducteur dans l'opération traduisante se détacher du texte-source lequel ne devrait servir que d'un *« pré-texte »* ou par excellence *« l'arrière-plan »* qui sert à le transmettre sous une autre couleur qui sied au public cible (cf. Bocquet, 2008, p. 81). En effet, une réelle rupture est enclenchée entre le texte source et le texte cible ; le texte source est considéré comme un élément déclencheur d'une adaptation,

en d'autres termes il fait l'objet d'un dépouillement de sa forme originale et il s'agira par la suite de transmettre au public cible les informations qu'il contient en négociant la visée communicative (Cf. Aygün, 2022, p. 38).

Pour comprendre *« l'action complexe »»* mentionnée plus haut, Christiane Nord estime d'abord que l'on a tendance à saisir le mot *« action »* dans toute sa teneur par rapport à son déroulement destiné à produire un changement dans le monde, on peut parler donc d'*« action langagière »* qui constitue la force du processus de communication et qui se manifeste comme un phénomène de surface de celui-ci, elle se compose d'un acte énonciatif, d'un acte propositionnel et d'un acte illocutif ; l'illocution a un caractère particulièrement abstrait car il s'agit d'une réalité qui exige de l'auditeur de déployer un effort d'interprétation pour identifier correctement le caractère illocutif d'une action langagière. Comme nous vivons à l'ère numérique, elle dispose d'une dimension acoustique et visuelle (cf. Behr, 2018, pp. 27-28). Denis Vernant met en valeur l'importance, voire le caractère imprévisible, voire dangereux de *« l'action langagière »* dans *« l'interaction langagière »* :

> Toute interaction langagière s'avère une action conjointe, un cas d'activité située. Non seulement […] les actions particulières – acte de discours – n'ont pas de sens en dehors de l'échange des interactes, mais le processus interactionnel est lui-même imprévisible. Dans certains cas, e.g, les débats télévisés, on peut planifier, codifier le lieu, temps, rôle etc. mais on ne saurait prévoir les modalités effectives du déroulement du dialogue (d'où les dangers du direct en télévision). C'est un processus ouvert, créatif qui ne répond ni à un plan ni à une strutcture prédéfinis (cf. Chap. IV, Vernant, 2016).

« Action » et *« intention »* vont bon train. On crée *« sciemment »* un changement ou une transition d'un état de fait à un autre et au vu de la multiplication des actions entre les groupes humains, la théorie de l'action se transforme en théorie de l'interaction et celle-ci mène à ce qu'elle nomme « *interaction communicative »* :

> Les interactions humaines peuvent être décrites comme des situations causant constamment des changements d'états de faits qui affectent au moins deux personnes ou agents ; l'interaction est corroborée d'une approche communicative lorsqu'elle s'opère aux moyens de signes produits intentionnellement par l'un des agents désignés généralement comme étant le destinateur ou l'émetteur pour un autre agent désigné comme un destinataire ou le récepteur (Nord, 2018, p. 16) [notre traduction].[52]

L'action langagière fait également partie du processus de négociation en traduction, cela dépend de l'activité située dont parle Denis Vernant, laquelle implique un contexte et des

[52] Citation originale: « Human interaction may be described as an intentional change of a state of affairs affecting two or more people or agents. An interaction is referred to as 'communicative' when it is carried out through signs produced intentionally by one agent, usually referred to as the 'sender' and directed towards another agent, referred to as the 'addressee' or the 'receiver'».

circonstances d'énonciation et l'on sait déjà qu'en traduction, il faut tenir compte des tenants et aboutissants des acteurs des échanges, c'est ce que mentionne Elisabeth Lavault dans son article portant sur la traduction comme négociation :

> Parmi les définitions qu'en donne Dominique Maingueneau, je citerai la suivante : « Dans le cadre des théories de renonciation ou de la pragmatique, on appelle "discours" l'énoncé considéré dans sa dimension interactive, son pouvoir d'action sur autrui, son inscription dans une situation d'énonciation (un sujet énonciateur, un allocutaire, un moment, un lieu déterminé) » (Maingueneau 1991 : 15). Pierre Bourdieu a, quant à lui, montré que « les échanges linguistiques sont aussi des rapports de pouvoir symbolique où s'actualisent les rapports de force entre les locuteurs ou leurs groupes respectifs » (Bourdieu 1982 : 14) (Lavault, 1998, p. 85).

Les interactions communicatives se déroulent dans un espace-temps limité et chaque situation, par des dimensions historiques et culturelles, rend un comportement verbal et non verbal d'un agent, son patrimoine de connaissance et son point de vue constamment nourris d'observations sur le monde, complexes et cela devrait être pris en charge par le traducteur qui est sensé construire une passerelle culturelle et déverrouiller la communication.

Dans l'approche interactionniste de la traduction, Christiane Nord distingue *« l'action traductive »* qui délimite le champ d'intervention réel du traducteur et la traduction traditionnelle qui stipule un transfert sémantique d'une langue à une autre. Par action traductive, le traducteur devient un agent influent, pleinement embarqué dans l'interaction communicative entre le destinateur et le destinataire, les décisions qu'il prend sont basées sur les circonstances de la communication (en temps réel " pour la traduction orale ") et une décision ne peut être prise par pur hasard ou pour accomplir un but esthétique (dire bien les choses). La situation peut être décrite de manière plus précise comme suit :

L'approche pragmatique de la traduction suppose qu'il y ait une collaboration comme d'un *« pôle émetteur »* avec un *« pôle récepteur »* avec réquisition d'un *« pôle médiateur »* pour assurer le bon déroulement du processus de traduction (Nord, 2018, [résumé] pp.16-22) :

1. Le pôle émetteur représente l'instance énonciatrice, productive d'un texte source, lequel servira de support de communication pour déclencher une action traductive pour un motif de transmettre une information précise. Toutefois, le texte source ne remplit pas la fonction d'agent immédiat dans l'action traductive même s'il conserve son rôle de donneur d'instructions. En confiant le texte à un professionnel de communication qu'est le traducteur, il est le premier responsable des tournures qui existent dans « son texte », lesquelles, espère-t-il, produiront l'effet escompté chez le destinataire.

2. Le pôle médiateur (ici le traducteur), a un rôle crucial dans le processus de traduction, il est par excellence, l'agent de transmission d'un contenu informatif de la part de l'organisme émetteur, donneur d'instruction et un récepteur qui reçoit ce contenu. Après qu'il s'est mis d'accord avec l'organisme émetteur sur les modalités du

transfert par rapport au contexte, le traducteur produit un texte par approche fonctionnelle.

3. Le pôle récepteur représente un facteur décisif et la cause réelle de la production du texte source, il fait l'objet d'un regard prospectif de la part de l'énonciateur, il est supposé recevoir l'information en fonction de ses bagages socioculturels, sa sensibilité et ses connaissances du monde, lesquels sont d'une extrême importance pour le traducteur qui doit insister sur ces éléments-là pour s'assurer que ce qu'il transmet soit recueilli et avec force détail, par le destinataire.

L'accomplissement d'une telle collaboration peut s'étendre à ce que Christiane Nord appelle *« the targuet-text use », « usage du texte cible »,* qui devient propriété du récepteur qui devra *« l'appliquer »* sur son propre terrain et dans ce cas, que ça soit une simple information ou un simple support, l'approche fonctionnelle participera à coup sûr à la diffusion de l'information.

La visée communicative est répartie dans un plan de discours. Mais les textes diffèrent selon le contenu molaire (défini par Umberto Eco, voir *supra*, p.79). Un bulletin météo intéresse aussi bien un citoyen ordinaire qu'un agriculteur, un aviateur et un marin ; chacun des quatre a son propre patrimoine de connaissance à propos de l'objet (c'est-à-dire le bulletin météo). À partir de ce point, la théorie du *skopos* suggère de faire l'impasse sur l'objet mais plutôt de se focaliser sur la fonction du texte. Ainsi, sur le plan informationnel, le marin et l'aviateur souhaiteraient en savoir un peu plus sur la force des vents, les formations des dépressions ou de grains et l'agriculteur craindra la sécheresse, le gel ou les inondations (cf. Dussart, 2019, pp. 195-196). Par conséquent, c'est en fonction de leurs cultures et de leurs façons de traiter l'information qu'on peut définir de *« données pragmatiques* » sur l'objet que le traducteur adopte sa stratégie.

Par ailleurs, Hans Vermeer a évoqué certains risques de perdition formulés contre l'approche du *skopos* par certains spécialistes (plutôt sourciers) auxquels le traducteur s'expose et qui ont rapport aux objectif tracés dans la ligne de départ :

> …On le sait, Venuti en 1995 a affirmé qu'en matière de traduction *« la foreignisation »*, c'est-à-dire la sensation de dépaysement due à une traduction littérale, devrait être préférée à la *« domestication »* ou adaptation aux usages en culture cible. Ce fut d'ailleurs la ligne de conduite de Jacques Derrida (1999) intitulé *qu'est-ce qu'une traduction relevante ?* allant jusqu'à rendre le texte incompréhensible, citons encore Postgate (1992) pour qui la recherche de l'équivalence en traduction est « rétrospective » car elle est tournée vers le texte de départ (Vermeer, 2007, p. 4).

À ces réserves, il répond comme suit :

> …Mais lorsque le texte de départ a été rédigé dans une langue *« normale »*, voire même un peu exigeante sur le plan stylistique, la stricte recherche d'équivalences, avec pour corollaire, cette impression de dépaysement, va à l'encontre de l'objectif du texte de départ. Qu'est-ce que cela apporte au lecteur de rire du style alambiqué et exotique d'un roman traduit ou plus simplement

> du mode d'emploi d'une cafetière électrique, alors que ce qu'il voudrait, c'est se plonger avec délice dans une histoire et dans le cas du monde d'emploi, comprendre le texte ? le souhait du lecteur ne peut se réaliser que si le texte en langue cible tient compte de l'environnement culturel du lecteur (ibid., pp. 4-5).

Le style du texte pragmatique est imprégné d'une représentation disséminée dans une manière d'écrire. Il renferme tout ce qui se rajoute à la fonction purement dénotative d'un texte, tout ce qui se superpose à l'information pure et simple. Avec la typologie textuelle, il est facilement identifiable par les traits formels qui caractérisent chaque type de texte. Il peut également être imprégné d'un modèle de discours particulier pour transmettre une information précise *[une administration sous perfusion]* ; *[une équipe décimée par les blessures]* ou pour amplifier une situation *[le but est beau, mais la passe du joueur est un délice] ;* le style relève d'une spécialisation fonctionnelle de la langue et il est indissociable des impératifs de la communication. Il appartient donc au traducteur de prendre en considération le nombre de conformités stylistiques afin d'assurer une bonne communication (Delisle, 1984, p. 113 et Ballard, 2003, p. 219).

La traduction par approche fonctionnelle est destinée à influer sur le récepteur et non simplement l'informer. Jean Delisle propose un exemple contenant ce qu'il appelle *« la disjonction exclusive laquelle est une proposition qui renferme un choix assorti d'une condition ».* Selon l'explication de Delisle, la traduction de la disjonction exclusive consiste à reprendre ce qui est véritablement bien exprimé en langue source pour marquer une idée bien précise (ex**.** les locutions juridiques, commerciales… se rapportant exclusivement au contexte de l'énonciation et au regsitre de langue) en langue cible en gardant l'esprit régnant (le discours) de l'original. En traduisant une disjonction ecxlusive, on met en exergue la manière dont on joue sur la nature et la fonction d'un texte pour le rendre sous une autre couleur tout en accomplissant l'objectif pragmatique. La traduction d'une disjonction exclusive donne lieu à une restructuration ou recatégorisation laquelle permet au traducteur d'éviter des formulations obscures, imprécises ou maladroites (cf. Delisle, 2013, p. 463, 1984, pp. 116-117 (Delisle, Hannelore, et C. Cormier, 1999, p. 32).

Ang	*« The company offers a motor's waranty of 5 years or 60 000 miles whichever comes first »*
Fra	*« La garantie-moteur de la compagnie expire au bout de 5 ans ou dès que la voiture atteint 60 000 miles »*

D'un point de vue sémantique, la traduction est jugée acceptable dans la mesure où elle satisfait les critères de transfert grammaticaux, lexicaux, syntaxiques et sémantiques. Mais, en revanche, elle n'accomplit pas une fonction communicative selon le bon usage de la pratique commerciale laquelle suggère d'aller plus loin dans l'innovation. Le verbe « expirer », compte tenu du contexte énonciatif dans lequel s'inscrit le message original est teinté d'une connotation négative, et pour réinscrire le message dans le discours commercial, on opte pour une stratégie

beaucoup plus fidélisante laquelle adhère à un plan de communication qui correspond aux attentes du destinataire :

Solution 01 *« Une garantie de 5 ans/60 000 miles couvre le moteur ».*

Solution 02 *« La compagnie honorera une garantie de 5 ans/60 000 miles sur le moteur ».*

Solution 03 *« Une garantie de -5 ans/60 000 milles vous protège contre toute défectuosité du moteur ».*

L'exemple suivant est tiré d'un document juridique. La partie que nous avons choisi d'illustrer sur l'approche fonctionnelle du texte source est prise de l'argumentaire du juge et son regard sur la situation d'un préjudiciable ayant commis un délit grave :

Fra Les articles 130-1 et 132-1 du Code Pénal imposent au juge d'individualiser la peine prononcée qui doit sanctionner l'auteur de l'infraction, mais aussi favoriser son amendement, son insertion, ou sa réinsertion ; elle doit être déterminée en fonction des circonstances de l'infraction et de la personnalité de son auteur ainsi que de sa situation matérielle, familiale et sociale, ce afin d'assurer la protection de la société, de prévenir la commission de nouvelles infractions et de restaurer l'équilibre social, dans le respect de l'intérêt de la victime. Il apparaît que lorsqu'il a commis les faits, Mr********avait été condamné moins d'un an auparavant par le tribunal pour enfants de ******* pour des faits d'extorsion commise avec une arme et était sous le coup d'une mise à l'épreuve de deux ans, ce qui ne l'a pas empêché de réitérer des actes de violences qu'il a tenté de minimiser, d'abord en se faisant passer pour un mineur, ensuite en refusant de reconnaître sa responsabilité, puis en la reconnaissant au minimum ce qui démontre qu'il refuse de prendre la mesure de son comportement, préfère s'émanciper de toute décision de justice prise à son égard et adopte un comportement dangereux. Les faits reprochés à l'intéressé révèlent donc un non-respect des décisions judiciaires, un mépris des individus et une violation de la loi renouvelée de sorte qu'il convient de lui adresser un sévère rappel à la loi et d'empêcher la poursuite de son comportement délinquantiel. Il y lieu de prononcer à son encontre une peine d'emprisonnement ferme seule susceptible de sanctionner son comportement délinquantiel à répétition, tout autre sanction étant manifestement inadéquate.

Ara «...يتعين على القاضي الاستناد إلى المادتين 130-1 و132-1 من القانون الجنائي لتفريد العقوبة المنصوص عليها والتي توجه إلى صاحب الجريمة لكن وفي نفس الوقت يتم التدقيق فيها فيما يخص التعديل والتفعيل أو إعادة التفعيل. كما يجب تحديدها وفقا لظروف الجريمة وشخصية مرتكبها وحالته المادية والعائلية والاجتماعية من أجل ضمان حماية المجتمع والتقليل من ارتكاب الجرائم والسعي إلى تحقيق التوازن الاجتماعي واحترام مصالح الضحية .يبدو أن السيد ***** حين ارتكابه للجناية المنسوبة إليه كان قد حكم عليه قبل أقل من عام من محكمة القصر بـ******* لحمله السلاح واستعماله لارتكاب مخالفات مخلة بأمن العامة كما كان تحت طائلة الاختبار لمدة سنتين لكن هذا لم يمنعه من تكرار أعمال العنف التي حاول التقليل من أهميتها أولاً من خلال التظاهر بأنه قاصر وثانيا الرفض في بادئ الأمر بالاعتراف بمسؤوليته إلى أن يعترف بها في النهاية على أذنى حد وهذا يوحي بأنه عوضا أن يصحح سلوكه فضل تبرئة نفسه من أي قرار يصدر من العدالة تجاهه وأصرّ على مواصلة سلوكه الخطير. إن الوقائع المنسوبة للمعني بالأمر تدل بكل وضوح على عدم احترامه للقرارات القضائية واحتقاره لأفراد المجتمع وانتهاكه للقانون مجددا لذا وجب التوجيه له تذكيرا شديد الصرامة حول القانون حتى يغير سلوكه

المريب، إن الوقائع التي ارتكبها في الوقت الذي كان فيه محلا لوقف التنفيذ مع الاختبار مع إصدار عقوبة السجن النافذ ضده هي الوحيدة التي من شأنها يمكن أن تعاقب سلوكه الجانح والمتكرر وأنه من الواضح أن أي عقوبة أخرى تبقى غير كافية. ...»

Il ressort de cet exemple que l'on a un discours juridique qui, en se référant aux textes de loi, argumente la décision pénale en alternant entre la fermeté *« imposer au juge »* ; *« adresser un sévère rappel à la loi »,* le discours de reproche *« s'émanciper de toute décision de justice » ; « mépris des individus » ; « violation de la loi » ; « minimiser/réitérer des actes »,* voire un discours de sagesse ou de clémence à travers la prise en considération des circonstances du délit commis. Sous cette configuration, nous avons adopté un style en langue arabe qui reprend la même macrostructure du texte source et qui garde le même état d'esprit.

La théorie du *skopos* en mettant en lumière l'approche fonctionnelle a donné plus de liberté au traducteur en termes d'innovation même si on lui reproche, comme dans toutes les théories, d'être un peu trop liberticide, cibliste à l'extrême, de s'être détachée du texte source à l'instar de Lucie Davier qui a repris à titre d'exemple les positions des traductologues Esperança Bielsa et Susan Bassnett qui ont souligné le flou total concernant la manipulation qui, parfois, n'existe que virtuellement à travers le contexte des évènements rapportés : la problématique posée est que si l'on a des évènements qui se produisent dans une aire linguistique donnée, les informations nous parviennent en temps réel par adaptation à notre langue sans support écrit « en tout cas au début » et en outre si celui-ci est disponible, il aura subi plusieurs distorsions à cause de l'enchevêtrement des discours traduits instantanément. C'est cette « instantanéité » du discours rapporté en langue étrangère (qui s'apparente à la traduction) qui pose problème (cf. Davier, 2017, p.27). Néanmoins, cela n'empêche pas que la théorie du *skopos* a eu le mérite d'avoir donné plus de pertinence à la matière à traduire, d'élever le sujet traduction au rang d'une pratique sur un plan de discours pragmatique et non sur un plan de langue se limitant au transcodage ; la traduction sous l'égide du *skopos* est devenue pleinement une activité humaine déterminée par son objectif.

3.3.3 La traduction par approche décisionnelle et transcréative

Lorsqu'on évoque : décision et traduction, on sous-tend non seulement une relation de complémentarité mais aussi une conséquence. Le texte traduit est une conséquence d'une série d'ajustements et d'interprétations effectués sur le texte source, il n'est pas son vis-à-vis mais plutôt son résultat. Nous omettons dans notre argument le qualificatif logique au résultat de la traduction, car l'interprétation dénotative est logique, et d'un autre côté on constate que plusieurs belles traductions sont justifiées par des démarches basées sur des équivalences connotatives, ce qui renvoie à l'art propre de la traduction qui consiste à explorer toute

possibilité de sens. La décision ponctue les efforts de compréhension et de reformulation. Lorsqu'on traduit un texte – littéraire surtout et pour la première fois – on ne le rénove pas pour le lectorat cible, on lui donne une nouvelle forme qui épouse ses attentes en matière de style et de sens et de tout ce qui a trait à la beauté de l'expression linguistique et du discours en parfaite synergie.

L'approche pragmatique appelle une autre relative à l'inférence. Ainsi nous rappelons quelques conjonctures importantes énumérées par Freddie Plassard dans son ouvrage *« lire pour traduire »* adoptées intelligemment par le traducteur avant que celui-ci n'atteigne le stade de prise de décision pour sa traduction. Tout d'abord, il existe trois opérations enclenchées en phase de lecture, lesquelles justifieraient déjà la visée inférentielle comme l'a définie Katerina Reiss :

1. Le *« signal de reconnaissance »* correspond à l'appartenance du texte à un genre textuel ;
2. On entend par *« déclencheur des attentes »* l'aptitude du lecteur à reconnaître dans le texte certaines tournures distinctives du style propre au genre textuel, le modèle de discours etc. ;
3. Le *« guidage de compréhension »* signifie la particularité du texte en question par rapport à tous les textes de même nature.

En fonction de ces trois opérations nommées le triple registre de lecture, le traducteur sera capable de convertir ces mentions en une ligne d'action ; le texte spécialisé est unique, tendanciellement fermé ayant une fonction utilitaire, qui vise à l'univocité ; les mots formant le champ lexical relatif au droit dans un texte juridique ont des effets de droit, ce sont des mots qui assurent la bonne lecture. Par souci de pertinence dans le choix de leurs équivalents, le traducteur se doit de les analyser en fonction de la particularité de chaque mot qui comporte la notion dans le texte (cf. Plassard, 2007, pp. 51-52).

Le principe d'intégration ou *« suppléance mentale »* est un outil stratégique, une capacité fonctionnelle servant à traiter l'information pour pouvoir l'intégrer et progresser dans la compréhension et donc au fur et à mesure se constituer un contexte cognitif. Le traitement cognitif du texte par intégration :

> …consiste à prélever les informations ou idées véhiculées par un texte, de façon à en construire une « représentation textuelle cohérente », une représentation d'ensemble de façon à « dégager la signification globale du texte ». C'est un stade stratégique de la compréhension où les informations apportées par le texte s'associent aux connaissances antérieures du lecteur pour fusionner avec elles et constituer ce qui, dans le modèle interprétatif de la traduction, est qualifié de contexte cognitif (cf. ibid., p. 120).

L'inférence qui suppose de ressortir l'implicite du texte est préconisée par la théorie interprétative ; les inférences sont des opérations déductives auxquelles le lecteur a recours face à un implicite l'empêchant précisément, de mener à son terme l'intégration dite sémantique qui l'oblige à combler mentalement les zones de silence du texte (Ibid., p. 122). L'opération d'inférence constitue la plus étroite collaboration entre le texte et le lecteur dans la mesure où elle repose sur une capacité à résoudre l'ambiguïté du texte en multipliant les inférences et plus cela va crescendo, plus le texte est difficile à cerner.

La macrostructure constitue le niveau d'analyse le plus élevé d'un texte à traduire, elle implique l'analyse de tournures stylistiques, enchaînements, terminologie, objet et le rapport communication impliquant le lectorat concerné.

> Le traitement par intégration et les inférences opérées sur le texte conduisent à la constitution de l'idée principale du texte qui est une *microproposition.* Cette microproposition peut se faire à l'aide du vocabulaire commun, la construction de la microproposition résulte d'une démarche ascendante car elle rassemble les résultats explicites de constructions mentales et les séries d'inférences. Elle est l'idée directrice du texte qui subsume les réseaux textuels, thématiques logiques et expressifs (Ibid., pp. 124-125).

Par ailleurs, il existe un second type de construction de microproposition qui repose sur un processus qui complète le processus textuel (ibid., p. 130). Le processus inférentiel est un processus analogique qui porte directement sur la situation à laquelle réfère le texte ; c'est un processus qui se base sur la particularisation de plus en plus fine de l'idée générale du texte. La constitution de la macro-proposition référentielle met en œuvre les modèles mental et institutionnel (produits cognitifs) ; le modèle mental est en quelque sorte un fragment de la réalité qu'on entrevoit à travers le contenu du texte (ibid., p. 131), tandis que le modèle de situation correspond à un résultat transitoire de traitements effectués en cours de lecture. Dès lors, les résolutions provisoires sont confrontées à des expériences antérieures qui servent de représentations, outils pour la hiérarchisation des nouvelles connaissances.

La prise en compte du paramètre décisionnel mène Christine Durieux à proposer à travers son article : *« vers une théorie décisionnelle de la traduction »*, une rupture épistémique par rapport aux autres théories susmentionnées en suggérant une théorie décisionnelle en mettant l'accent sur l'importance de la prise de décision comme étape finale du processus de traduction. Elle s'appuie dans la partie consacrée au paradigme décisionnel sur les avis d'Alain Berthoz, Jean-François Camus, Philip Johnson-Laird et les psychologues Magda Arnold et Richard Lazarus.

La décision est un principe inférentiel qui s'inscrit dans une démarche de mise en œuvre pour exécuter une traduction considérée comme un acte de communication interlinguistique et qui relève elle-même d'une succession de prise de décisions tout au long du processus ; le

traducteur enchaîne des décisions délibérément et inconsciemment en se détachant de l'aspect formel, c'est-à-dire qu'il ne porte plus son attention sur les unités lexicales mais sur le message qu'elles véhiculent. Les décisions subconscientes sont opérées en phase de compréhension et les délibérées plutôt en phase de réexpression. Au vu de la tournure de l'opération, on déduit que c'est finalement au traducteur que revient le dernier mot. C'est lui qui décide d'adopter une correspondance par équivalence consignée ou au contraire de créer une équivalence contextuelle (cf. Durieux, 2009, p. 362-363).

Les décisions prises par le traducteur, même si elles rendent compte d'un processus inférentiel rigoureux et qu'elles soient prises à des moments clés de l'opération traduisante, ne sont pas purement rationnelles. En effet, à côté du raisonnement logique puissant du cerveau humain qui dicte un mode opératoire rationnel à nos activités au quotidien, il existe l'attention sélective pilotée par la sphère affective qui influe sur les croyances et les préférences et joue de ce fait un rôle important dans la prise de décision. En traduction, cela se présente par le fait que non seulement les connaissances acquises du traducteur le guident à s'approprier du sens du texte à traduire, mais aussi tout son système de valeurs intervient dans le processus d'interprétation contribue à l'orienter sur son chemin. La préférence pour tel mot ou telle tournure est justifiable par l'attention sélective, l'attention est une fonction cognitive complexe qui implique un processus de sélection et celle-ci mène à la décision *« décider c'est établir un équilibre délicat entre la puissance de l'émotion et la force de la cognition »* (Berthoz, 2003, p.307 cité in ibid., 2009, p. 363).

Jean-François Camus souligne que notre cerveau traite l'information soit par processus automatique, rapide, subconscient, soit par processus contrôlé qui nécessite davantage d'efforts. Dès lors on peut attribuer une traduction simple et facile au processus automatique et une traduction nécessitant une réflexion méthodique au processus contrôlé (Camus, 1996, cité in ibid., 363-364).

Johnson-Laid estime à travers sa théorie des modèles mentaux que l'inférence ne peut être garante « à elle seule » des choix opérés par le cerveau ; il l'assimile à l'induction et la détache de la déduction. Puisque l'être humain n'est pas un logiciel né et qu'il fait des erreurs, le traducteur alterne le bon et le moins bon, il ne peut être un décideur idéalement rationnel, mais un fin créatif capable de réaliser des prouesses (Johnson-Laird, 1993, cité in ibid., p.364).

Les psychologues Magda Arnold et Richard Lazarus (Arnold 1960 et Lazarus 2001, in : ibid.) proposent des théories de l'appréciation qui mettent en exergue le moment ultime précédant la prise de décision dans lequel on a tendance à désigner des éléments de préférence ou d'appréciation qui constituent une source d'émotion et qui conduisent au jugement et donc à la prise de décision. Chronologiquement et même si le sujet a généré de nombreux débats, écrit

l'auteure, à cause de sa complexité, la perception est le commencement de l'aventure émotionnelle, puis viendrait l'appréciation suivie par l'émotion qui enclencherait la décision émotionnelle *« L'émotion est un outil pour la décision, c'est un instrument puissant de prédiction d'un cerveau qui anticipe et projette ses intentions […] les émotions sont indispensables à la prise de décision et à la mise en œuvre de comportements rationnels. »* (Durieux, 2009, p. 365).

L'approche transcréative contribue grandement à la prise de décision en traduction. Dans l'enseignement de la traduction aujourd'hui, on mise beaucoup plus sur le processus créatif, plus adapté à la dynamique du message interlinguistique au lieu de privilégier l'approche comparatiste (cf. Delisle, 1984, p. 130).

La transcréation n'est apparue que récemment en traductologie, il s'agit d'une notion empruntée au marketing et qui semble complètement s'émanciper dans son nouveau domaine. *Transcréer* ou traduire par voie créative renvoie aussi bien au développement de processus de traduction qui tend à se séparer définitivement des contraintes de la dichotomie fidélité vs liberté et ne s'en tenir qu'au volet pragmatique du *« traduire »*, qu'à toute la panoplie d'outils numériques actuels mis à la disposition de traducteur pour qu'il opère dans les meilleures conditions.

La transcréation a été utilisée pour la première en fois en traduction littéraire, plus précisément en traduction poétique, mais ce terme fait surgir de nombreuses interrogations sur le statut du traducteur et le résultat de la traduction créative. Peut-il être considéré comme un nouvel auteur ? vu l'immense liberté qu'il prend dans sa création, quelle est la nature de sa démarche et en quoi consiste-t-elle par rapport aux enseignements théoriques classiques en méthodologie de traduction ? Quelles sont ses principales caractéristiques ? En tant que produit final, peut-on toujours la comparer au texte source ?

Le processus de transcréation est-il envisageable dans tous les domaines de la traduction spécialisée y compris ceux de la traduction juridique ou médicale connues par les restrictions fortes imposées tant au niveau de la forme que de celui du contenu ? D'abord en littérature : « *La traduction d'une œuvre littéraire peut être envisagée comme pratique d'écriture qui participe de l'expérience créative, elle fait partie intégrante d'un processus de création plus étendu qui ne dévalorise pas l'original mais le reçoit et le reconnaît en tant qu'autre »* (Romengo, 2010, p. 162). Le poète brésilien Haroldo Do Campos estime que la transcréation abolit les frontières entre le récit original et sa traduction en donnant lieu à un texte nouveau sur lequel il laisse sa trace auctoriale et se libère de toutes les contraintes, celle du patronage y compris (Arbex, 2010, p. 173).

Pour Silvia Carter, le mot transcréation fusionne deux mots anglais « *Translation* » et « *création* » pour former une traduction créative, celle-ci est fondamentale pour envisager la différence entre la transcréation et la traduction ; on peut dire que la traduction fournit le texte tandis que

la transcréation apporte le sens. En poursuivant dans le même syllogisme, on peut dire que les traducteurs sont plutôt tournés vers la linguistique, tandis que les *transcréateurs* sont des écrivains (Carter, 2020, p. 54).

On appelle généralement les textes « *transcréés »* ou « *adaptés »* aux cultures locales des textes « *world-ready* ». Dans le e-commerce, l'effet de vente des produits joue sur le volet émotionnel et à la différence des domaines techniques interpersonnels où une bonne traduction est jugée suffisante pour faire passer le message, les annonceurs font plutôt appel aux transcréateurs pour rendre plus effectif le message de l'annonce (ibid.)

Sur le plan opératoire, la transcréation revêt un caractère foncièrement cibliste, elle rentre parfaitement dans le cadre de la communication engageante, pragmatique et de celle du marché. Dans le cadre du développement d'un projet touristique, la transcréation est intégrée directement dans le lancement de la campagne marketing :

> Une transcréation s'insère au sein d'une grande campagne de publicité mondiale. Les personnes en charge de la transcréation détiennent certaines compétences identiques à celles des traducteurs, mais possèdent également des compétences aiguisées dans la rédaction de contenu publicitaire et marketing. La transcréation a lieu quand les contributeurs font partie de la campagne de publicité de la conception à l'exécution. Ils doivent dans un premier temps comprendre les objectifs et être au cœur des méthodes utilisées par la société dans ces campagnes marketing créatives (Traductec traductions, 2016).

Pour ramener le concept de transcréation à notre propre thématique de recherche on dira que le processus *« transcréationnel* » place la traduction dans une stratégie créative qui porte sur le transfert d'un message exprimant une ambiance générale (rationnelle, symbolique, esthétique, imaginaire, informative, démonstrative, humoristique, et provocatrice) (Tauran-Jamelin, 2002, p. 196).

En guise de conclusion de cette première partie, il a été important dans le cadre du présent travail, de démontrer comme premier objectif et, à grands renforts de détails, l'évolution de la pratique traduisante : d'une activité secondaire rattachée à la linguistique appliquée et qui n'existait que dans son ombre et sans aucun champ d'intervention propre, à une activité pluridisciplinaire, qui n'est plus aujourd'hui concernée « uniquement » par le texte mais qui est enrichie à chaque nouvelle conjoncture scientifique et alimentée au fur et à mesure par de nouvelles problématiques et de nouveaux outils de recherche d'investigation à tel point qu'il est difficile de cerner aujourd'hui tous ses champs d'intervention. Cela résume le fait qu'elle soit aussi un fait civilisationnel tel que l'explique Michael Oustinoff en reprenant une citation du sociologue Dominique Wolton : *« la traduction est l'autre face de la mondialisation, certes moins visible et spectaculaire mais tout aussi fondamentale, car il n'y a pas d'ouverture possible vers autrui sans respects des identités culturelles, au premier rang desquelles, les langues et donc les traductions »*

(Oustinoff, 2011, p. 135). Nous nous sommes longtemps arrêtés, tout au long de cette partie, sur la confrontation des visions du monde et cela est essentiel, une telle évolution de pratique de la traduction qui s'étend aujourd'hui à l'intégration même de l'image dans le processus de traduction, n'a pu se faire qu'à partir du traitement des positions très radicales des linguistes qui insistaient sur le relativisme linguistique concernant certains cas de pratique traduisante. Certes, une traduction authentique, rappelons-le, ne peut exister, mais les phénomènes civilisationnels comme l'interculturalité résultant de l'hybridation du langage lequel constitue l'effet retour de l'immigration et l'émergence de courants littéraires postcoloniaux justifient qu'on vit aujourd'hui dans la noosphère que Georges Mounin a anticipée en 1963 et que les visions du monde qui constituaient au début des obstacles sérieux pour la traduction, sont aujourd'hui transformées en modèles de discours, en figures de rhétorique, aussi bien dans la conversation ordinaire (parfois même à des fins humoristiques, afin de faciliter leur inscription dans un nouvel espace culturel) que dans la poésie, la littérature ou la chanson.

Les théories débordantes de la traduction ne peuvent faire l'unanimité pas plus que les points de vue sur la pratique traductive qui peuvent s'avérer pertinents dans des périodes limitées. Ce qui rend la traduction une activité pluridisciplinaire, c'est que chaque discipline apparentée au domaine de la traduction revendique cette dernière comme faisant partie de son propre champ d'étude, ce qui retarde la marche de la discipline vers l'autonomie. La traduction est après tout une pratique sociale, économique, politique et culturelle qui implique des tâches complexes de transformations textuelles qui varient en fonction du temps et du jeu. Cette transformation ne peut par conséquent être mécanique. À cela on rajoute l'idéologie ; le traducteur est conscient que la langue est l'un des instruments les plus dangereux du pouvoir car elle peut communiquer ce qui est juste mais peut aussi s'abstenir de le faire, donc la prétendue neutralité du traducteur n'est pas dans le fond des choses ; la manipulation opérée par le traducteur est toujours destinée à un public cible, ce volet-là sur le fait que le traducteur est invisible reste pour nous discutable surtout en traduction littéraire qui est considérée comme le réservoir à problèmes de la traduction.

Deuxième partie : l’image comme nouvelle donne en traduction

1 Rapport de l'image à la traduction

Il convient d'emblée de dire que la traduction d'une image en tant que phénomène purement visible par un texte qui se voit et qui se lit est un exercice infructueux étant donné que les deux sources sémiotiques réunies pour une telle entreprise sont différentes. Si l'on s'en tient qu'aux caractéristiques classiques, le texte se caractérise par son enchaînement de séquences scripturaires, il est structuré et doté d'un contexte lié à sa production. L'image n'est pas écrite, elle est soit naturelle, un fait de physiologie, soit artificielle, capturée par un appareil. La traduction stipule dans son acception propre, un transfert entre textes, sa valeur esthétique est appréciée lorsqu'on a devant nous deux textes en vis-à-vis en symétrie parfaite, l'un se lisant de gauche à droite et l'autre de droite à gauche – dans notre cas –, chacun ayant ses propres mots qui s'enchaînent en phrases liées par des connecteurs, bref la traduction est une affaire de textes. Cependant, Philippe Viallon, qui s'est penché sur la question en formulant une problématique directe *« faut-il traduire les images ? »* bien qu'il ne soit pas partisan d'une telle entreprise, apporte une première brèche dans la question : *« la traduction et l'interprétation ne sont pas seulement un passage de mots à d'autres mots, mais de manière plus générale, un passage d'un système sémiotique à un autre système sémiotique »* (cf. Viallon, 2008, §1) ; l'image est prépondérante à travers ses manifestations dans le cinéma, dans les médias, dans l'art aussi bien traditionnel que graphique moderne, dans la photographie, dans les magazines de vulgarisation scientifique**.** Elle a, tant de fois, déclenché des réactions si vives, si percutantes et des émotions que le texte de par son style et sa rhétorique ne peut atteindre. Ainsi les images terrifiantes du scandale de la prison d'Abou Ghraïb durant la guerre d'Irak sont un exemple de cela ; l'image peut donc être à l'origine des problèmes de communication et de traduction ou plutôt de non-traduction (ibid., p. 220).

Nous nous intéressons ici à deux champs d'études dans lesquels l'image revêt une importance capitale, ce sont la traduction intersémiotique et la traduction audiovisuelle car les deux sont concernées par un univers multimodal lequel constitue l'état pur de la communication humaine. Toutes les problématiques connues de la traduction ont porté sur l'écrit, et les traducteurs sont considérés comme des passeurs de mots, comme le rappelle Phillipe Viallon (cf. Viallon, 2006, p. 128) : les enjeux d'un passage présupposent la connaissance des langues de départ et d'arrivée, du lexique et des formes grammaticales ; les multiples services des Nations Unies publient au quotidien des centaines de textes traduits en six langues portant sur les multiples conventions, arrêts, résolutions, lettres… Par conséquent, les traductions littéraires, universitaires, juridiques, économiques et commerciales qui cadrent le paysage traditionnel de la profession *« traducteur »* sont le fruit d'une telle architecture scientifique, et la textualité constitue le propre de l'activité traduisante.

Les universitaires Sara Ramos Pinto et Élisabetta Adami, rapportent que la traduction est majoritairement *« une activité logocentrique »* laquelle, historiquement, s'est développée par deux méthodes : a) on traduisait la littérature comme savoir humain le plus représentatif grâce à la formation, à l'érudition (la réflexion purement axée sur le texte concernant l'apprentissage théologique, le traitement philologique, apprentissage de la philosophie, des courants littéraires et de la poésie à travers les récits de voyages et de découvertes…) ; b) à l'époque contemporaine, la formation des traducteurs s'appuie sur des segments de textes décontextualisés. Or, dans une époque où les textes multimodaux prolifèrent dans un monde de plus en plus numérique, des ressources sémiotiques comme l'image (lesquelles ont toujours été prises comme éléments contextuels) ne doivent plus être écartées de la conception de nouveaux cadres théoriques de la formation en traduction, la question qui se pose c'est comment ces éléments contextuels non-linguistiques influencent-ils le monde verbal ? (cf. Ramos Pinto et Adami, 2020, pp. 10-11).

Le spécialiste en traduction audiovisuelle Luis González-Pérez dans *« Routledge encyclopedia of translation studies »* définit la multimodalité comme l'étude de création du sens par combinaison de plusieurs moyens ou modes de signification – par exemple, l'image et l'écriture, la musique et le mouvement du corps, la parole et le geste – en un tout intégré ; la multimodalité reprend des ressources sémiotiques faisant l'objet des disciplines bien plus établies telles que la linguistique, la sémiotique et la musicologie, elle reprend principalement leurs attributions conceptuelles respectives, pour les façonner en un seul document dégageant une synergie parfaite. D'un point de vue multimodal, chaque source sémiotique est appréhendée comme réalisant un travail de communication différente ; parmi les documents multimodaux les plus représentatifs, on a *le roman graphique, le film, le manuel illustré, le tableau artistique et le site internet* aux multiples hyperliens etc. et même la conversation quotidienne laquelle s'appuie souvent sur au moins deux sources sémiotiques (cf. Pérez-González, 2019, p. 46).

Le document multimodal est différent du document monomodal. Si le dernier est constitué d'une seule source sémiotique, le premier se caractérise par sa non-linéarité, par la multitude de signes et leurs référents respectifs ; il contient divers composants selon une géométrie variable (textes écrits, interventions orales, images, photographies, images animées), la multimodalité appelle à l'analyse du sens des documents *« sémiotiquement homogènes » ;* elle a été inspirée par les travaux du linguiste Michael Halliday sur la grammaire fonctionnelle, laquelle a été à son tour reprise par les deux chercheurs britanniques Gunther Kress et Théo Van Leeuwen qui ont distingué trois types d'organisations méta-fonctionnelles essentielles du texte et de l'image comme principales sources sémiotiques dans un document multimodal *:*

1. À travers une fonction dite *« représentative et idéationnelle »*, l'image et le texte construisent la nature de l'environnement de ses participants et de son contexte ;

2. À travers une fonction dite *« interactive et interpersonnelle »*, l'image et le texte construisent des relations entre émetteurs et récepteurs ;

3. À travers une fonction dite *« compositionnelle et textuelle »*, le texte et l'image s'inscrivent dans des rapports variés, selon l'emphase à mettre sur l'un ou l'autre (cf. Lebrun et Lacelle, 2012, pp. 82-83).

Ce qui nous intéresse le plus dans notre travail de traduction est le premier type d'organisation métafonctionnelle (représentative et idéationnelle), laquelle englobe des situations où l'image et le texte sont liés par des rapports de concurrence, de redondance ou de divergence en fonction du contexte de leur emploi ; le degré de redondance renforcé par la cohésion lexicale constitue un exemple type de documents multimodaux puisqu'ils pointent vers la même direction sur le plan pragmatique ; la complémentarité du texte et de l'image résulte d'une spécialisation fonctionnelle de chacun des deux, tandis que le rapport de divergence peut être interprété comme un procédé esthétisant (toujours selon le contexte). Dans les campagnes publicitaires ou de sensibilisation, ils peuvent paraître divergents apparemment tandis que sur le fond, ils se rejoignent à propos du sens à transmettre (ibid., p.83).

Martine Joly et Jessie Martin estiment que la première relation entre le texte et l'image peut être décrite par le fait qu'on ne peut véritablement « lire » l'image sans décodage verbal (Joly et Jessie, 202, chap. IV, §4).

Le didacticien Jean-Claude Beacco, distingue une autre classification de ce premier type d'organisations méta fonctionnelles des ressources sémiotiques à savoir : *« la redondance » ; « la convergence » ; « la complémentarité »* (cf. Beacco, 1999, p. 94) ; la redondance signifie pour lui, le renvoi de l'image au texte qu'elle représente visuellement de manière réaliste ou schématique, un déjà construit. En créant un parallélisme sémantique par une reformulation différente, elle



Figure 5 Publicité d'une agence de voyage algérienne

constitue une transposition du texte dans un système sémiotique différent. La redondance est un moyen par lequel l'image se met au service de la didacticité du texte ; son argument le plus fort

est de frapper doublement le lecteur par le biais de deux systèmes de visualisation différents (cf. Beacco, 1999, pp. 94-95).

La convergence signifie qu'un texte se construit à partir de l'image, de son observation et de sa critique ; elle sert de point d'appui au discours, son inscription dans le texte est identifiable par des termes qui la désignent, par la mention expresse de sa nature ou par des verbes exprimant sa fonction (ex : cette photo illustre, présente…). La relation de convergence peut orienter la stratégie de lecture de l'image dans le texte en commençant par la désigner spécifiquement pour la décrire (du particulier au général) en construisant un discours sur elle ou inversement, par exemplification après avoir mis en discours toutes ses attributions (cf. Beacco, 1999, pp. 95-96). Le principe de convergence concerne également des situations dans lesquelles des jugements de vérité ou de fausseté sont attribués à certaines images (notamment médiatiques), lesquels ne sont valides qu'à travers les textes qui les commentent dans leur contexte (cf. Joly et Jessie, 2021, p. 122)[53].

Par relation de complémentarité, on signifie que l'image s'offre en complément du texte en éclaircissant un détail que le texte n'a pas cité (ibid., p.96).

Par ailleurs il estime que le critère verbal le plus évident de liaison du texte à l'image est *« le marquage discursif »*, lequel est souligné par des déictiques. Il peut s'agir de *« déictiques spatiaux »* renvoyant à l'image entière comme *[voici…, ci-dessus…, ci-dessous…, ci-contre…],* ou à une partie d'elle comme *[au centre…, au premier plan…, à droite…, à gauche…]*. Des *« déictiques temporels »* comme *« Maintenant »* peuvent à la fois être temporels et de lieu comme on le constate à travers l'exemple suivant :

Toutes les indications verbales couvrant l'annonce, sont employées pour stimuler le voyage en invitant le client à passer à l'acte de réservation. Le déictique *« maintenant »* est articulé dans la double fonction de marquer l'espace et le temps dans un sous-entendu du genre : *« réservez maintenant et pas après ! »* qui peut être relatif à un rabais qui expire, ou une offre exclusive dans une période insoupçonnée.

Les segments en anglais et en arabe *« let's go to Dubaï »* et « اكتشف العالم معنا » sont dans le même registre ; ils impriment des traces de l'énonciateur dans une situation de communication verbo-visuelle correspondant à demande en instance de formulation par l'énonciataire (cf. Beacco, 1999, pp. 91-92).

[53] Même le commentaire est parfois insuffisant pour rendre compte de la vérité ou de la fausseté tant les techniques manipulatoires pullulent dans le monde médiatique. Dans le domaine audiovisuel, les rapports image-son-écrit sortent du registre naturel pour aller vers le virtuel dans lequel tout est possible : « la traduction, la redondance, formelles ou sémantiques peuvent être des leurres et des stratégies au service du mensonge » (cf. Aït Hammou, 1997, p. 66).

DEUXIEME PARTIE

L'image comme nouvelle donne en traduction.

Dans le colloque organisé à l'Institut supérieur du Roi Fahd de traduction intitulé *« l'image : limites de l'interprétation et de la traduction »*, le sémioticien Youssef Aït Hammou, auteur de plusieurs ouvrages sur la linguistique, la communication et la sémiotique dans son intervention intitulée : *« la traduction intersémiotique : son écrit, image. À propos des journaux télévisés »* a estimé que la traduction proprement dite, restreinte au verbe, remonte à la traduction intersémiotique laquelle constitue son origine au sens plus large. La liaison image-traduction remonte à une culture ancestrale ; l'homme traduisait le monde sans qu'il soit vraiment conscient de son rôle essentiel dans son épanouissement. Avant qu'il n'invente *« les signes artificiels »*, *« les signes naturels »* l'ont toujours dirigé dans son interaction avec le monde extérieur. La traduction est donc présente dans toutes les manifestations sociales de l'homme qui exprime d'abord ses besoins biopsychologiques primaires par le corps-médium, puis par des outils, il a créé les signes artificiels pour domestiquer et manipuler symboliquement la nature, autrement dit pour *« traduire »* un réel chaotique en un discours ordonné : *« la traduction en tant que processus et résultat est consubstantielle à la fonction symbolique qu'accorde l'homme au signe, traduire le réel en signes arbitraires et traduire ces mêmes signes en d'autres plus ou moins conventionnels et ainsi de suite »* (cf. Aït Hammou, 1997, pp. 55-56).

Les besoins biopsychologiques sont exprimés dans un schéma classique de communication à savoir l'émission, la réception, la connexion à référent, un feed-back, traduction et interprétation, sur des supports d'expression linguistiques et non linguistiques (kinésique, proxémique, auditif, gustatif, olfactif, tactile, visuel, thermique). Les fonctions de ces supports sont : l'expression, la dénotation et l'injonction, qui ne fonctionnent pas de manière isolée ; ils sont structuralement autonomes et interagissent de façon constante afin que leur interaction aboutisse à un sens ; ils se traduisent, ce qui fait que le mot n'a de valeur que dans la mesure où il est traduisible en odeur, en geste, en goût et en concept. Étant donné que la communication est foncièrement multicanale et basée sur l'investissement de plusieurs systèmes sémiotiques, la traduction est un processus sémiotique de transcodage aboutissant à la mise en rotation de leurs instances considérées comme équivalentes, l'une sémiotique de départ, l'autre métasémiotique d'arrivée. L'enjeu du transfert sémantique est crucial au niveau de la traduction intersémiotique, car il s'agit de se focaliser sur les équivalences que génère ce transfert. La traduction intersémiotique est un acte de communication complexe qui nécessite une double opération : un décodage et un réencodage intersémiotiques, autrement dit d'un signe multiforme à un autre, un son peut être traduit verbalement. Durant ce processus, loin de procéder à quelconque transfert sémantique on substitue à une structure sémiotique S^1 une autre structure S^2 considérée comme son équivalence (Cf. Aït Hammou, 1997, [résum] pp. 56-57-58).

La traduction audiovisuelle est partie constituante de la *« traduction intersémiotique ».* Tout au long de l'histoire, l'homme a en quelque sorte pratiqué la traduction audiovisuelle par conversion de multiples signes qui l'entourent, on dispose tous de cette capacité à convertir instinctivement les signes sonores ou visuels (signes naturels, puis ceux qui ont été inventés pour des fins pratiques). En effet, le terme audiovisuel se caractérise d'abord par la combinaison de l'auditif et du visuel ; l'auditif englobe des mots et bande-son, le visuel concerne l'image qui se présente en mouvement. Celle-ci présente une série de problèmes relatifs à son propre traitement dans un texte dit *« audiovisuel »* (Pettit, 2008, Chap. VIII). Le texte audiovisuel constitue *« un ensemble sémiotique où le sens est le produit du croisement et de l'interaction de plusieurs signes, structurés et organisés dans divers codes de signification et reproduits à travers, au moins deux canaux de communication, le canal acoustique et le canal visuel »* (cf. Chaume, 2012, p.117 cité par Lozano et Chaume, 2021, p. 36).

L'audiovisuel s'articule principalement autour du cinéma, de la télévision, auxquels nous pouvons rajouter les phénomènes de la cybernétique ; il inclut un grand nombre de phénomènes souvent hétérogènes et il est très difficile à théoriser tant il est concerné par toutes les activités humaines (cf. Tazi, 1997, p. 8). L'analyse de l'audiovisuel repose sur deux grands niveaux :

1. Le premier grand niveau concerne la communication audiovisuelle réunissant une instance émettrice avec son idéologie, sa culture, ses intentions et une instance réceptrice pouvant s'étendre à un public aussi large que varié ; ce premier niveau traite aussi les inter-influences entre ces deux instances et son incidence sur le message audiovisuel.

2. Le deuxième grand niveau d'analyse se situe dans les critères d'expression du message audiovisuel qui englobent une chaîne audiovisuelle (constituée d'images auditives et visuelles), une chaîne narrative (relative au récit audiovisuel similaire aux récits oraux et écrits), et une chaîne discursive (relative au discours audiovisuel) ; ces trois chaînes procurent au message audiovisuel toute sa teneur esthétique, son émotivité, les pensées et relations qu'il suscite (ibid., pp. 10-11).

Ce que nous traduisons de plus précis en sous-titres dans un message audiovisuel ce sont des contenus sémiotiques sonores, verbaux et visuels parfaitement homogènes formant des *« cadres »* à l'intérieur de *« plans »* se situant dans la chaîne audiovisuelle. Si au début d'un film, par exemple, on a un plan large comme une vue panoramique d'une ville, cela peut être interprété comme un début d'histoire, d'une intrigue, même si l'on n'a pas de trace « verbale » (voix off), on comprend les grandes lignes de ce qui nous est donné à voir. À l'intérieur du cadre, le son et la parole participent de la représentation et de l'expression. Le cadrage est par excellence, le signe audiovisuel à travers lequel l'instance énonciatrice structure l'énoncé et exprime sa vision, et c'est encore par lui que le spectateur perçoit le regard et l'écoute de cette instance (ibid., p.18).

Il ressort de ce bref développement que la traduction n'est pas plus une opération linguistique qu'une activité sémiotique (ou socio-sémiotique) qui intègre des dimensions qui transcendent le volet linguistique, pour intégrer les canaux de la communication, d'où l'idée que la traduction est d'abord un processus essentiellement intersémiotique (cf. Aït Hammou, 1997, p. 78).

2 De la traduction à la paratraduction

Le concept de paratraduction met en lumière une contribution *« d'éléments externes »* au texte lesquels n'ont pas toujours été pris – si ce n'est de manière inconsciente – en pratique traduisante. Cette dernière se réclame depuis des siècles comme une activité concernée exclusivement par la réflexion sur le texte. Dans ce chapitre, nous explicitons ce que veut dire la paratraduction, son émergence, ses références et son influence sur le débat théorique qui va de pair avec la pratique professionnelle de la traduction.

Nous nous intéressons plus précisément aux constituants d'un document supposé *« paratraductionnel »* étant donné que ces éléments externes (au texte, externes à la surface de l'écrit) sont venus bouleverser les champs théorique et pratique de la traduction ; une différence significative sépare, existe entre un *« pur texte »* et le *« document »*, et il y a des prémices à cette différence parce que des changements se sont opérés sur les supports d'échanges de l'information (conception générale du document), ce sont des prémices technologiques : à l'ère numérique, l'information est multiforme, plusieurs canaux de l'information et de la communication ont été conçus, puis davantage développés à l'appui de nouvelles technologies depuis l'avènement du *« tournant culturel »*[54] ; cette période a promu de nouvelles techniques de communication, de l'innovation entrepreneuriale parallèlement aux transformations sociales qui s'opéraient à grandes échelles, cette période a donc façonné les relations entre les sociétés en matière d'échange et de coopération dans tous les domaines de la vie surtout avec la venue de la mondialisation et le flux de déplacements de personnes dans le monde.

La traduction concernée par ces transformations, a subi l'influence du numérisme, le mot *« document »* imprégné d'une forte connotation *« technologique »* ou *« informatique »* est privilégié dans les agences de traduction par rapport à l'appellation *« texte »* lequel conserve son essence terminologique dans les domaines juridique et littéraire ; l'appellation *« document »* fait jaillir des caractéristiques nouvelles au support de travail objet de la traduction, ces caractéristiques sont susceptibles d'influer différemment sur le récepteur.

[54] On délimite souvent la période du tournant culturel à partir des années 1970, là où des bouleversements ont eu lieu dans la vie sociale touchant pratiquement à tous les niveaux, culturel, économique, politique, social, idéologique, géographique et artistique et qui ont été repris dans les débats académiques, des termes comme *« américanisation », « soft-power », « culture dominante », « interculturalité »* sont des facettes du tournant culturel.

L'image à travers toutes ses formes constitue l'élément majeur du document. Nous étudions sa position dans divers supports d'information multilingues, sa polysémie, sa distribution dans l'espace informationnel et son rôle dans divers domaines.

La question du sens est celle qui importe le plus dans l'opération traduisante ; un document comprenant un texte et une image est un document particulièrement difficile à analyser. Il contient deux systèmes de signes distincts, chacun ayant une grammaire particulière ; l'image constitue un bloc sémiotique capable de dominer le vouloir dire *« scripturaire »* du texte, elle dote celui-ci de nouvelles caractéristiques sémantiques et par conséquent, forme-t-elle avec lui un bloc homogène ? traduit-on un texte à image de la même manière que l'on traduit un texte sans image ? la résolution de ces questions est nécessaire parce qu'on se rend compte de prime abord que le métier de traducteur aujourd'hui est un métier pluridisciplinaire, un métier *« révolutionné »*, et les circonstances de la pratique professionnelle du traducteur le prouvent.[55] Dans certains domaines, on demande au traducteur – outre le fait d'être performant et réactif dans les délais de livraison des traductions – d'être créatif à la fois dans le texte mais aussi dans la création de contenu, cela s'explique par toute la panoplie d'outils d'aide à la traduction et d'autres logiciels de création de contenu mis à sa disposition. Néanmoins, il ne faut pas oublier qu'en traduction, on affronte des corpus changeants et des domaines de plus en plus variés qui comptent des glossaires qui se renouvellent assez régulièrement, quant à la problématique du couple texte-image, un processus de traduction/ou paratraduction, celle-ci représente la nouvelle donne en traductologie.

Dans les lignes qui suivent, nous énumérons les principaux éléments répartis en axes de recherche adoptés par le groupe depuis sa création.

3 La paratraduction

La notion de paratraduction est née à la fin des années 1990 grâce aux travaux de José Yuste Frías, théoricien et professeur de traduction à l'Université de Vigo. Le concept fut concrétisé officiellement durant l'été 2004 avec un programme de recherche mis en place par concours de plusieurs unités de recherches en littérature, en linguistique à l'université de Vigo, ce qui a donné naissance au groupe de recherche autour du symbolisme et de l'image en traduction, lequel se transformera plus tard en T&P *« Traducción Y Paratraducción ».*

En terme de visibilité territoriale, voire continentale, et pour diffuser son image comme un pôle de recherche innovant en matière d'études en traduction, T&P est le seul groupe de recherche de l'université publique espagnole à avoir donné son nom à un programme doctoral international

[55] L'exercice de traduction est à chaque fois réfléchi, travaillé, revisité à travers moult références et manifestations scientifiques

intitulé : *« Doctorat en traduction et en paratraduction »* ; il est également le seul groupe de recherche de l'université de Vigo qui dirige, gère et coordonne un Master Universitaire d'excellence en région galicienne intitulé : *« Master en Traduction pour la Communication Internationale »* (cf. Garrido Vilariño et Yuste Frías, 2022, §2 ; pp.10-13). Le premier colloque international ayant pour thème principal la paratraduction a été organisé en 2005.

La paratraduction est une création traductologique, une paratraduction des symboles, signes, signaux, marques et images des productions paratextuelles de la communication transculturelle peut rendre compte de l'extraordinaire pouvoir de la communication visuelle en traduction, autant que des manipulations idéologiques, politiques, sociales et culturelles qui la révèlent et la maîtrisent. Sa visée épistémologique s'explique par le fait qu'elle a été mise en place grâce à plusieurs constatations accumulées par la pratique de la traduction en milieu professionnel : le fait de voyager entre les cultures, toutes les impressions que l'on se fait, démontre l'importance du hors-texte qui ne dépasse pas la *« traductionnalité »* plus qu'il ne l'englobe. La paratraduction a donc le pouvoir d'influencer l'orientation de la lecture du document, puisqu'elle identifie les constructions identitaires du maintien ou de la subversion des valeurs présentes dans le corps textuel, elle comporte toujours des enjeux communicationnels, commerciaux et culturels non négligeables ; elle relève, dans son action, souvent de l'influence ou de la manipulation exercée par d'autres agents intermédiaires sur un environnement en parallèle aux champs d'intervention du traducteur (cf. Yuste Frías, 2010, résum pp. 308-309-311).

Le concept invite à prendre en considération, aussi bien sur le plan théorique qu'en pratique d'autres éléments influents tels que les couleurs, les symboles, onomatopées, idéogrammes, récitatifs etc. (en ce qui concerne la B.D). Il offre l'opportunité aussi bien à la traduction de réinventer son processus – en examinant de près les modalités de pratiques de la traduction de couples de texte-images, dans des domaines où ils se partagent le même espace visuel – qu'à la traductologie, d'étudier de nouvelles problématiques de documents réputés *« hybrides »* (Vaugeois, 2002, § 2), comme la bande dessinée ou la littérature de jeunesse, flyers, brochures ainsi que les domaines de l'audiovisuel.

La paratraduction est une solution innovante dans le processus de traduction ; elle met les éléments paratextuels au premier plan, lesquels, pourtant**,** ont toujours été pris en compte sur le plan opératoire sans qu'ils aient été en même temps « reconnus » parties intégrantes de ce processus. Dans ce même mode opératoire, on se demande si une réelle frontière est délimitée entre le verbal et le non-verbal, et si tel était le cas où se situe-t-elle ? Il faut prendre en considération même les mots-images de par leurs caractères typographiques comme éléments paratextuels (cf. Yuste Frías, 2015, p. 325).

Ces éléments qui n'étaient pas retenus dans la littérature scientifique de la discipline s'imposent aujourd'hui ne serait-ce que par les circonstances de pratique du métier et au vu de l'évolution technologique des supports de travail dans l'objectif de rendre un travail de plus en plus pertinent. En traduisant à titre d'exemple un enregistrement audio dans le cadre juridique ou dans le cadre d'une enquête policière, chaque composant du document est analysable : le ton, vif, aigu (la rhétorique), la rapidité ou la lenteur du débit du discours, les blancs, sont des effets *« paratextuels »* à prendre en considération tout comme le texte qu'on écoute ou plutôt qu'on « lit par écoute ». Les constituants verbaux et sonores participent tous les deux à la construction du sens. Cependant, l'enseignement canonique ne rend pas compte de manière « juste » de leur importance dans le processus traductionnel. Ils sont toujours laissés à la frontière du traduisible (cf. Yuste Frías, 2022b, p. 41).

Par ailleurs, la paratraduction ne se borne pas à traiter uniquement les éléments paratextuels, au risque d'être réduite à une simple tentative d'élargissement du corpus textuel qui fait l'objet du regard traductologique sans donner lieu à une nouvelle théorisation (Yuste Frías, 2014, p. 67), et en s'inspirant des travaux de Gérard Genette, le concept s'est construit sur trois niveaux :

1. Un niveau empirique : à travers l'étude des éléments paratextuels verbaux et non verbaux, physiquement ou virtuellement liés au texte à traduire. Le traducteur est invité à explorer d'autres stratégies de traduction lesquelles ne portent pas sur le code linguistique de manière exclusive ;

2. Un niveau sociologique : dit *« paratraductionnel »* qui s'intéresse aux circonstances générales (notamment sociales) de pratique de la traduction ;

3. Un niveau discursif : dit *« translationnel »* qui concerne *« les discours »* sur la traduction ; qui guident son fonctionnement et assurent son rôle dans la société (Yuste Frías, 2014, p.68).

Ces trois niveaux représentent le contexte dans lequel le traducteur évolue au même titre que l'évolution des supports de transmission se trouvant à la marge de l'information qui disposent d'autres codes qui font parler le contenu, qui participent pleinement au processus de la traduction.

3.1 Éléments de paratraduction

À travers l'étude de plusieurs articles scientifiques, colloques et contributions à des ouvrages scientifiques publiés par José Yuste Frías entre 1998 et 2022, nous avons dégagé les principaux champs d'intervention de la paratraduction que nous énumérons ci-dessous.

3.1.1 Le paratexte

Dès le début de sa réflexion menée sur l'idée de *« para-traduire »*, José Yuste Frías a estimé que le paratexte influence grandement le texte. Il a fait de lui la pierre angulaire du projet paratraduction : *« Ma contribution voudrait insister sur le fait indéniable que le traducteur, sujet*

traduisant toute la textualité d'une commande quelconque de traduction, devrait s'occuper de traduire, dans toutes les circonstances, et le texte et le paratexte. Texte et paratexte : traduction et paratraduction ! » (Cf. Yuste Frías, 2010, p. 288). En plus de présenter le texte et le rendre présent, le paratexte consiste à faire du texte, un élément d'accroche (une sorte de produit d'appel par corrélation au champ publicitaire), un objet de lecture, on le considère comme un auxiliaire du texte, son accessoire, il accentue son ancrage pragmatique.

Dans la traduction d'édition et à travers la comparaison d'ouvrages originaux et traduits, on remarque qu'il y a une relation si évidente entre les paratextes et les textes, toute une politique éditoriale est imprimée dans le paratexte qui régule la compréhension du sens du texte. Ainsi en repensant à la formule de Gérard Genette sur le fait qu'il ne peut exister de texte sans paratexte, de la même manière José Yuste Frías reprend : *« Il ne peut exister de traduction sans paratraduction »* (cf. Yuste Frías, 2011, p. 43).

Le paratexte est un type de relations transtextuelles qui désigne l'ensemble des instruments matériaux et dispositifs médiateurs qui aident le traducteur à se situer dans un environnement de lecture. Il partage les mêmes caractéristiques que celles du *« cotexte »*, lequel s'associe avec le texte pour constituer un *« énoncé total »* de nature langagière hétérogène dont la signification repose sur un contexte donné ; les éléments textuels, cotextuels et contextuels constituent les trois piliers sur lesquels se fonde l'acte de communication (cf. Chanlat, 1990, p. 18). Le groupe TyP a initié, en s'inspirant des travaux de Genette sur le paratexte littéraire, des études et des analyses sur les implications esthétiques, politiques, idéologiques, culturelles et sociales de tout type de paratexte en traduction en mettant l'accent sur les productions paratextuelles se trouvant *« à côté »* ou *« à la marge »* du texte, en postulant qu'un document à traduire ne peut être consommé sans paratexte qui le présente, que ce soit sur un support numérique, digitalisé ou sur papier (cf. Yuste Frías, 2015, p. 321), comme la compréhension du texte fait appel à un examen aussi bien interne (ses constituants) qu'externe du texte (sa présentation éditoriale sur papier ou à l'écran), il ne peut y avoir une lecture sans mise en exergue d'éléments extratextuels qui constituent le paratexte. Un traducteur contemporain est donc appelé à explorer tout ce qui renvoie aux « marges » du texte, qui l'accompagnent et le prolongent fonctionnellement. C'est au paratexte que revient la conception et la régulation du sens de n'importe quel texte à traduire (cf. Yuste Frías, 2008b, pp. 142-143).

S'il a toujours été coutume de ne regarder en traduction que les manipulations qui se passent à l'intérieur de la surface du texte (littéralisme, discours, interprétation), la notion de paratexte ne fait que renforcer la prise de décision en pratique traduisante. Donc si traduire signifie un exercice exclusif sur des textes, la traduction de « paratextes » conduit à faire de la paratraduction au sens

de Gérard Genette : *« la lecture attentive d'un document paratextuel original est le premier pas à faire pour tenter de déconstruire le sens du texte à traduire »* (cf. Yuste Frías, 2022b, pp. 40-41).

D'une manière globale, le paratexte oriente la lecture d'un livre ou tout support manuscrit de manière non linéaire. Pour Gérard Genette, le texte se présente rarement à l'état nu, sans le renfort et le balisage d'un certain nombre de productions elles-mêmes verbales ou non, qui lui confèrent une identité ; ces productions le prolongent et l'entourent précisément pour le présenter au sens habituel du verbe mais aussi au sens le plus fort, pour le rendre présent, lui donner naissance, existence et reconnaissance pour être réceptionné et consommé sous la forme au moins d'un livre aujourd'hui ; le paratexte est ce par quoi le texte se fait livre et se propose comme tel à ses lecteurs et plus généralement au public, il représente un seuil, une sorte d'invitation à entrer dans le monde du texte, un vestibule, ou une zone indécise entre le dedans et le dehors, il constitue un lieu de transaction entre le lecteur et une instance auctoriale (l'auteur et l'éditeur) (cf. Genette, 1987, pp. 7-8).

Pour Philippe Lane, le paratexte désigne *« un ensemble de productions discursives qui accompagnent le texte ou le livre, comme la couverture, la jaquette, la prière d'insérer ou la publicité, le catalogue ou la presse d'édition »* (Lane, 1992, intro, §2). Dans ce contexte précis on entend par « lecture » une exploration rapide du contenu par les différents types de paratextes :

1. Un paratexte auctorial relatif à la progression thématique de l'auteur et définissant le statut pragmatique du paratexte. Il est tout ce qui se rapporte à l'auteur, titres, dédicaces, épigraphes, préfaces, notes…

2. Un paratexte éditorial relatif à l'éditeur : dos de couverture, catalogue, copyright… (Genette, 1987, p. 13 ; Lane, 1992 ; Maingueneau, 1996).

Dans le *« système-livre »*, le paratexte auctorial est plus ou moins recopié par les copistes, ou encore c'est le lecteur qui se charge d'annoter le texte pour en identifier la structure. Chez l'imprimeur, le paratexte devient éditorial puisqu'il est pris en charge par l'imprimeur-libraire, le paratexte éditorial définit la zone d'intervention de celui qui assure la mise en texte de l'ouvrage quel que soit le support (Beaudry, 2011, pp. 76-77). Le paratexte auctorial est une partie englobante de la présentation du texte, le péritexte iconique, la couverture et la préface bien que séparés *« matériellement »* du contenu, peuvent être considérés comme prémices de lecture ; le paratexte éditorial, lui, constitue le but du texte imprimé dans une instance de publication qui lui assure un contexte de réception. *« Les éléments du paratexte permettent en effet de relever avant la lecture les indices qui conditionnent ou orientent la lecture ultérieure et en fournissant la « recette de consommation » le paratexte opère à cet égard la jonction entre situations de production et de réception »* (Plassard, 2007, p. 46).

Gérard Genette propose deux autres catégories du paratexte : le péritexte, et l'épitexte, les deux se partagent le champ spatial du paratexte (Genette, 1987, p. 11) :

1. Le péritexte est un élément paratextuel et une catégorie spatiale qui réunit la présentation matérielle du texte qui entoure, enveloppe et accompagne le texte dans un espace qui reste compris à l'intérieur de la publication éditée, sur le même support et donc indissociable de lui ;

2. L'épitexte est un élément paratextuel qui prolonge le texte ne se trouvant pas matériellement annexé à lui, dans la même publication éditée. L'épitexte circule hors du texte (cf. Maingueneau, 1996) en quelque sorte à l'air libre dans un espace physique et social virtuellement illimité ; qu'il soit sur papier ou à l'écran, le paratexte recouvre un ensemble d'éléments hétérogènes de pratiques et de discours dont la fonction consiste à informer et convaincre, et le péritexte et l'épitexte remplissent d'une part une fonction sémiotique symbolique puisqu'ils constituent des formes de représentations et, d'autre part, un type de discours dans lequel ils s'inscrivent (cf. Yuste Frías, 2010, pp. 289-290 ; Genette, 1987, cité par Courbieres, 2008, p.46).

Le texte renferme toujours une ligne éditoriale qui donne des informations sur le but de sa conception et son sens. Cependant, le statut pragmatique du paratexte incite à pratiquer la paratraduction car on sait déjà que durant un exercice ordinaire, on peut entrevoir des images qui défilent dans notre mémoire, balisant le sens tant convoité ; le paratexte aide à construire l'image du texte comme le fait le regard avec l'objet. À l'ère numérique, le paratexte iconique joue un rôle prépondérant car il ne fait plus seulement partie intégrante du texte mais il est également le cadre, le décor, l'atmosphère dans lequel le texte sera lu et traduit (cf. Yuste Frías, 2015, p. 324). *« C'est grâce à la paratraduction que le traducteur peut assurer la réception de sa traduction dans la survivance d'un texte, car la paratraduction rend possible la transformation de toute traduction en événement : une traduction sans paratraduction n'est qu'un pur incident »* (Yuste Frías, 2010, p. 293).

Le paratexte conduit à considérer le *« fait paratraductionnel »* comme une zone de transition et d'échange interculturel, un lieu décisif et de décision pour le succès ou l'échec de tout processus de médiation culturelle, c'est également une zone qui ne peut être délimitée facilement, elle est indécise parce qu'elle constitue toujours matière à réflexion, d'où le sens de traduire à la frontière du texte et du paratexte ou à la marge du texte pour illustrer au mieux ce texte et tout son environnement interculturel (cf. Frías J. , 2012, p. 435). Il appartient alors au traducteur, au cours d'un exercice :

1. D'intégrer ce qu'il a compris du paratexte dans sa stratégie et dans une pragmatique pour avoir un meilleur accueil de son travail ;

2. De prendre en considération l'image aussi bien virtuelle que matérielle, sachant que celle-ci est assujettie à deux séries de codes : le code social, dans son aspect publicitaire et les codes producteurs ou régulateurs de sens du texte traduit.

Sur le plan pédagogique, l'intérêt de l'étude des paratextes permet de comprendre au mieux la traduction en tant que produit qui s'inscrit dans une démarche incitative, argumentative, exhortative (ibid., pp. 293-294 et cf. Frías J. Y., 2011, p. 261).

Gérard Genette estime que le texte sans paratexte est comme un éléphant sans cornac, symbole d'un pouvoir infirme, et le paratexte sans texte renvoie à une situation d'inertie. Pour la paratraduction, un texte traduit sans son paratexte est synonyme d'un goût d'inachevé. Si l'on veut par exemple qu'un roman se vende, qu'il soit auréolé de succès et qu'il fasse fureur au même titre que l'original, sa page de couverture doit être parfaitement *« paratraduite »*, en plus d'un travail indéniable sur la partie textuelle sans quoi elle n'aura pas de pouvoir ; la réflexion sur le paratexte doit être intégrée à la compétence de lecture chez le traducteur, car celui-ci aide à tisser la toile du sens tout comme une lecture ordinaire d'un texte ; la lecture et l'interprétation du paratexte devrait donc être rajoutée au traitement habituel des relations transtextuelles transférables d'une culture à une autre (cf. Yuste Frías, 2022b, p. 45). À ce titre, le paratexte a son importance dans la manière d'appréhender la situation de communication. Cela fait partie du savoir-faire du traducteur comme l'affirme Jean Delisle, lorsqu'il s'agit d'avoir la pleine capacité d'interpréter le sens d'un texte pour être en mesure de le restituer dans une forme écrite ; l'interprétation couvrirait alors le texte et le paratexte, car la situation de communication dépend de chacun des deux ; elle rentre dans ce qu'on appelle lecture intensive par laquelle il faut une compétence linguistique et culturelle (cf. Yuste Frías, 2022b, p. 45).

Tout comme le paratexte, il existe ce qu'il convient d'appeler le *« hors-texte »* lequel remplit une fonction d'auxiliaire du texte. Cependant, comparé au paratexte et vu le rôle de ce dernier comme agent proche du texte, on peut considérer le *« hors-texte »* comme se situant dans un champ un peu plus éloigné, et donc empli de constructions d'idées directes ou indirectes sur le texte. Il dessine l'espace de connivence, de savoirs entre le texte et le lecteur qui va permettre à la production du sens de pouvoir se négocier, se gérer. Présence/Absence, frontière qui assure un fonctionnement sémiotique dès que les choses ou les bruits du monde sont nommés sans qu'il soit besoin de les reconnaître tous. La relation entre le texte et le hors-texte peut être décrite par le fait que le premier doit pouvoir aider au décodage du second, et permettre la reconnaissance de ses effets ; le hors-texte a assez de « signes », de signaux pour que le travail de lecture puisse avoir lieu, pour que nous, lecteurs, puissions accommoder une série de savoirs (cf. Robin, 1992, p. 104).

Si on pose que le texte imprime une lisibilité immédiate, le hors-texte, constitue tout ce qui n'a pas été dit, ou qui sera dit ; une production doxique relative au discours social plus large (cf. Angenot, 1992, p. 11). Il existe une « situation de lecture » particulièrement dans le domaine littéraire laquelle est déterminée par trois facteurs *« une physiologie, une histoire et une bibliothèque »* (cf. Toursel et Vassevière, 2011). Pour la paratraduction, ces rapports physiologiques,

historiques et scripturaires ont leurs importances, le hors-texte se rapporte à tout ce qui donne matière à traduire, linguistique et non-linguistique, verbal et non-verbal. Trois niveaux du hors texte, sont concernés par une démarche paratraductive, étant donné que ses effets sont retrouvables dans le texte :

1. L'espace public : rempli de signaux, pictogrammes et idéogrammes destinés à (para)traduire l'orientation des individus (par exemple, la signalétique bilingue des aéroports, des gares, des voies publiques, des parcs et jardins, etc.) ;

2. L'espace sacré ou plutôt ‹ sacralisé › du hors-texte renfermant une symbolisation qui tend à rendre visible un invisible religieux, politique, social, idéologique ou tout simplement culturel du lieu (par exemple, les livres, les dépliants, les affiches, les autocollants, les souvenirs et une panoplie de documents et d'objets divers bi/multilingues que l'on peut trouver dans les sites touristiques de par le monde) ;

3. L'espace privé du hors-texte où, à côté des signes et symboles apparemment universels car ils ont été internationalisés par les normes ISO de la communication technique et scientifique, se développent des symboles et des images publicitaires à symbolique culturelle constituant une marque de fabrique spécifique à espace particulier (par exemple, les étiquetages et les emballages bi/multilingues et bi/multiculturels des produits de consommation accompagnant les logos des marques) (cf. Yuste Frías, 2010, pp. 305-306).

Dans le registre onomastique par exemple, on suppose que le *« hors-texte »* alimente le texte en expressivité verbale, autrement dit, les mots baignent dans leur environnement, il le rend plus compréhensible d'où l'intérêt de s'intéresser aux modes d'expressions employés pour faire « parler » un quartier, une ville et leurs espaces renfermant toute une subjectivité collective au moyen d'images et symboles, qui constituent son identité urbaine et qui font incontestablement partie de son attractivité touristique. Par conséquent, pour connaître l'organisation d'une ville, il faut à la fois privilégier ses aspects qui indiquent sa longévité, son ancestralité et sa majestuosité et ses aspects *« modernes »* au lieu d'aller systématiquement vers le facteur économique. À travers l'histoire, la ville a toujours véhiculé une valeur symbolique qui doit être réinventée par le traducteur en ces temps de métropolisation fortement influencés par la globalisation de l'économie et les flux migratoires (cf. Yuste Frías, 2012, p. 441).

Pour conclure, Madeleine Stratford et Louis Jolicœur, deux universitaires canadiens ont démontré l'importance de la notion de paratraduction sur le plan empirique dans la réception de l'image d'une culture traduite, ramenée à une autre :

> « le paratexte a une influence sur la réception d'un ouvrage, car il sert non seulement à « présenter » le texte en ce qui le fait connaître des lecteurs, mais il se porte garant de la « présence » physique du texte car c'est lui qui lui donne une forme tangible […] un lecteur potentiel s'est vraisemblablement déjà fait une idée de son contenu à partir de l'effet que son paratexte aura eu sur lui […] nous considérons aussi l'épitexte des ouvrages, c'est-à-dire les discours qui circulent sur le sujet qui permettent d'évaluer qualitativement et la façon dont la littérature

> québécoise de langue française a été présentée au Mexique » (cf. Stratford et Jolicoeur 2014, pp.99-100, cités par Yuste Frías , 2015, p. 323).

3.1.2 L'image comme facteur essentiel d'une opération paratraduisante

La paratraduction se veut une pratique de traduction innovante dans la mesure où tout le processus de transfert est remis en cause, à commencer par la lecture qui est le socle de la traduction. À partir de là, il convient de poser la problématique suivante : lequel des deux blocs textuel et iconique détient l'exclusivité du sens ? doit-on soutenir encore la dichotomie *« texte vs image »* ? La lecture, l'interprétation de l'image et le texte sont-ils différenciés ?

3.1.2.1 Texte – Image, lecture, une interprétation différenciée ?

3.1.2.1.1 Caractéristiques du texte

Le problème de l'interprétation du texte se révèle fondamental pour la traduction qu'elle soit littéraire ou spécialisée ; l'interprétation du texte est un processus inférentiel qui consiste à construire des hypothèses à partir de certaines prémisses qui sont d'une part fournie par le texte et d'autre part, extraites par l'ensemble de ses connaissances (croyances, opinions) générales (cf. Vogeleer S., 1995, p. 5).

La notion même de texte vient du latin *« textus »* et renvoie à l'action de *« tisser, entrelacer, tresser »*, ce qui explique la création de fils conducteurs sur une même trame permettant la présence de motifs différents (cf. Yuste Frías, 2005, p. 72).

Si on s'en tient d'abord au texte lui-même et à ses qualités intrinsèques, François Rastier estime que le texte, selon les traditions herméneutiques et philosophiques qui lui confèrent une certaine sacralité, est dans un sens plus large un palier de description linguistique :

> Un texte est tout d'abord un écrit ; sa lettre fixée, il fait référence, pour la philologie ; il fait autorité, pour l'herméneutique juridique ; il fait foi pour l'herméneutique religieuse. Bref, le texte a évidemment une fonction institutionnelle dans les sociétés de droit écrit pour les religions du livre (Rastier, 2001, p. 14).

En exposant longuement les modèles de conception du langage élaborés par le psychologue allemand Karl Bühler pour délimiter ce qu'il appelle *« les pôles intrinsèques du texte »* que sont l'instrument (système), l'émetteur et le récepteur, Rastier décrit les traits structurels du texte en commençant par le signe. Le texte est régi par un système permettant la manifestation concrète du langage dont la plus petite unité est le signe associé à une sémantique lexicale. C'est une suite de signes reliés entre eux par opposition, ils sont conçus pour l'interaction avec le monde par représentation, par symbolisation, par interprétation, par référence ou par inférence ; la vie des signes à l'intérieur du texte est du ressort de sa propre problématique fondée sur l'analyse différentielle qui délimite le sens de ces signes par axe syntagmatique et paradigmatique entre

eux et avec le texte dans sa globalité ; le texte constitue le site commun des signes et de leur interaction dans le cadre d'une sémantique linguistique (cf. Rastier, 2001, pp. 14-15-16-17).

Rastier semble se pencher sur un trait définitoire du texte qui le dissocie de tout rattachement aux facteurs externes pour connaître sa nature pure. Les définitions relatives à l'informatique linguistique ne l'emballent pas (le texte ne peut se réduire à une simple substance graphique, ni **à** une chaîne de caractères dont le traitement repose sur une lecture séquentielle et linéaire selon un esprit computer), il propose enfin une définition qui selon lui serait plus complète : *« le texte est une suite linguistique empirique attestée, produite dans une pratique sociale déterminée, et fixée sur un support quelconque » ;* une suite linguistique empirique attestée signifie que le texte n'est pas une création théorique à l'image de la linguistique créée par le linguiste, c'est donc un critère d'objectivité. Ensuite, le texte est bien l'œuvre d'une pratique sociale et enfin concernant le support, le texte au vu de la dématérialisation numérique se trouve débarrassé de l'exclusivité scripturaire (cf. Rastier, 2001, pp. 18-19-20-21-22).

Selon Gérard Genette, le texte est une suite plus ou moins longue d'énoncés verbaux pourvus de signification et qui se caractérise par son *« architextualité »*, c'est-à-dire par l'enchevêtrement homogène de ses composants – Types de discours, mode d'énonciations, genre littéraires – (cf. Genette, 1982, p. 7). Le texte est aussi une substance apparente formée d'une suite de graphes linéaires qu'on lit ou qu'on reconnaît par la parole, il nécessite une interprétation linguistique avec des moyens linguistiques mais le sens que cachent les mots nécessite un processus d'investigation beaucoup plus avancé (Eco, 2006, p. 59).

Pour la traduction, le texte est un objet de lecture contenant une association de connaissances extralinguistiques pertinentes à des signifiés linguistiques pertinents eux aussi (Lederer, 1998, p. 60), la parole ou l'écrit sont segmentés en unités discrètes sur le fil du temps ou sur une ligne de l'espace (cf. Bordon, 2004, p. 8), sa compréhension est relative à une forme de dialectique de question et de réponse. Du moment qu'il a été conçu pour dire quelque chose, le dialogue s'impose avec le texte, car il est aussi porteur de questions qu'il faut savoir entendre dans des ??? langages propres pour saisir les réponses qu'il offre à ces mêmes questions. Ce dialogue concerne le fait que c'est nous qui faisons parler le texte, qui l'interrogeons et s'il peut nous répondre, c'est que nous pouvons lui poser de bonnes questions. Le texte peut à son tour, en tant que discours reçu, nous poser des questions ; le dialogue vérifie l'intentionnalité de l'acte herméneutique. Comprendre un texte n'est possible qu'à travers un dialogue avec lui et c'est le principe de base de l'entreprise herméneutique (cf. Létourneau, 1998, pp. 37-41).

Dans les lignes qui suivent nous avons résumé les notions de bases mises en exergue par la traductologue Freddie Plassard concernant la lecture, la compréhension et l'interprétation du texte[56], ces notions s'étendent des caractéristiques les plus générales aux plus restreintes.

Elle estime d'abord que *« le texte (…) est la rencontre d'une forme et d'une matière, […], il constitue une articulation de microstructures (niveau local), entendues comme un ensemble de propositions logiques et d'une macrostructure (niveau global) »* (cf. Plassard, 2007, pp. 46-115). Il se caractérise par une *« structuration physique »* qui permet de survoler le texte par une sélection visuelle des parties à appréhender et cela en fonction de quatre plans :

1. Le plan différenciation réunit les mots ou le contenu scripturaire en général ;
2. Le volet séquence concerne la prise en compte du découpage de la linéarité au niveau microtextuel et macrotextuel ;
3. Le plan hiérarchisation éclaire sur la manière dont le plan de la différenciation est manifesté en pages, commentaires, explicitation marginales… ;
4. La spatialisation concerne la disposition du texte sur la page et permet au lecteur de repérer les actes d'annotation et les autres indications tels que les blancs, l'index, la numérotation…

Suivant ces plans, le lecteur adopte son propre itinéraire de lecture qui deviendra plus tard son expérience de lecture. Par exemple, un texte philosophique est condensé sur un seul bloc et les espaces entre les passages sont moins nombreux, un texte normatif paraît moins condensé qu'un texte philosophique lequel revêt une logique argumentative, par conséquent chacun présuppose un plan de lecture particulier. La structuration physique du texte aide à fournir des explications sur la partie métatextuelle qui éclaire sa typologie (cf. Plassard, 2007, pp. 46-47-48-49).

Par égocentrisme et logocentrisme dans la lecture du texte verbal, l'auteure interroge l'existence du texte et la manière dont interagit on avec lui pour savoir ce qu'il a transmettre : où se trouve le sens ? est-ce une propriété textuelle au premier degré ou bien est-ce l'intervention du lecteur qui permet sa construction ?

La question est ici cruciale, Plassard estime qu'il faut établir une balance entre les débordements interprétatifs du lecteur et le sémantisme proliférant des mots (cf. Morel, 1989, p.559 in : Umberto Eco, cité par Plassard, 2007, p.54). Elle reprend cette interrogation de la grammairienne Mary-Annick Morel en estimant que le texte est une structure verbale, mais pour que le lecteur puisse le comprendre, il lui faut bien plus que la compétence linguistique, il faut déceler son intention par prise de décision au moment même de la lecture, c'est bien évidemment

[56] Résumé des parties relatives au texte dans son ouvrage majeur : « lire pour traduire ».

un pari interprétatif. L'activité n'est pas un déchiffrage ou un décodage mais une activité inférentielle qui fait dégager l'intentionnalité du texte (Ibid., p. 54).

L'activité inférentielle exercée à travers la lecture ne peut avoir lieu qu'à travers *« un pacte de lecture »* défini par un ensemble de contraintes qui codifient les pratiques socio-langagières et qui résultent des conditions de productions et de l'interprétation de l'acte de langage (Charaudeau cité par Plassard, 2007, p. 32).

Le *« pacte de lecture »* est une réponse à *« l'appel du texte »* correspondant au moment de lecture comme un contact entre deux sujets qui interagissent par la mise en place d'une structure intersubjective (le texte) moyennant une médiation, c'est bien le texte qui appelle à l'action tout en limitant la marge de manœuvre du sujet lecteur (Greimas et Courtés cités par Plassard, 2007, p.32).

Avant de faire l'objet d'un pacte, la lecture du texte obéit à une série d'opérations : de la structuration au découpage, à l'annotation, à une lecture parallèle, à la prospection ; plus explicitement et selon R. Chartier (cité par Plassard, 2007, p.34), à l'instauration d'un protocole dans une *« mise en lecture »* et à travers une stratégie mise en place derrière l'écriture. Cette stratégie s'étale sur l'inscription du texte selon le code de conduite lectorale qui regroupe les conventions sociales et littéraires qui permettent son insertion dans la sphère sociale visée et la mise en œuvre de toute une panoplie de techniques, narratives aux poétiques, qui produisent des effets sur le lecteur. En outre, les dispositifs purement textuels qui résultent donc de l'écriture sont ce protocole de lecture entendus et voulus par l'auteur à travers lequel il tente de rallier le lecteur au contenu de son écriture.

L'anticipation du sens est instantanée ; lorsqu'on anticipe le sens d'un texte on mobilise nos expériences et connaissances antérieures sous leur double forme de savoir et de savoir-faire, en adéquation à la situation de lecture présente ; l'anticipation n'entre pas en phase de compréhension, elle concerne d'abord la détection des indices de contenu du texte à travers la disposition de ses éléments dans un espace virtuel (cf. Stiegler, 1994, p.31, cité par Plassard, 2007, p. 60).

Dans la tradition herméneutique, *« l'anticipation du sens »* proposée par Gadamer part du fait que le texte est une unité parfaite de sens, face à cette unité, l'expérience de lecture permet de vérifier les attentes du sens ; la compréhension n'est pas parfaite, elle se construit grâce aux anticipations de tout un chacun. Ainsi le *« cercle du comprendre »* est relatif au fait que l'expérience de lecture suivant une trajectoire herméneutique dégage deux manières de comprendre : nous comprenons la partie du texte par renvoi au tout et nous comprenons un tout par renvoi aux parties. Gadamer estime que notre compréhension forme un cercle qui circule entre les précompréhensions, les

anticipations de sens. Cette dernière suggèrerait une possible rencontre entre nos idées et les idées du texte à la manière d'une quête d'information dans une communication.

Pour anticiper le sens du texte, il faut avoir des compétences de repérage ou de délimitation de zones de texte sur lesquelles on porte notre attention et qui s'articulent autour des notions suivantes : *le lexique mental et la physionomie de lecture.*

Le lexique mental peut être considéré comme une compétence acquise grâce à l'expérience de lecture. Il n'est pas rattaché à un étiquetage de mots-concepts formant une nomenclature, mais il est plutôt conçu comme un ensemble de règles et de représentations relatives aux mots de la langue. Face à un texte représenté en plusieurs séquences, ces règles permettent de décider du statut lexical des mots de chaque séquence, d'en faire des catégories (cf. Plassard, 2007, pp. 62-63).

La *« physiologie de lecture »* comprend deux mouvements oculaires de base : une fixation sur le texte dans sa substance graphique et sur les saccades qui constituent un point d'arrêt sans attention particulière. Ces deux mouvements se succèdent à un rythme proportionnel et se suivent dans une lecture linéaire à la progression du texte. Cependant, ils peuvent être interrompus par d'autres mouvements de rétrogradation, recul, sauts, de segments, des fixations, de type réanalyse vers l'avant, réanalyse vers l'arrière et réanalyse sélective. Ces mouvements sont tout aussi inconscients et complexes, ils font partie intégrante du comportement de lecture. Le *« ciblage »*, qui se bifurque en ciblage central et périphérique, couvre aussi bien les séquences écrites du bas, du haut ou du centre d'une page pour saisir les traits pertinents de tout un paragraphe sans le lire, que des parties se situant à la périphérie du texte ; *« le chevauchement »* qui se situe entre les visions centrale et périphérique introduit une analyse intelligente permettant la captation et la mémorisation du texte et conduisent à la constitution d'une représentation mentale (cf. Plassard, 2007, pp. 74-75).

La même attention portée sur certaines parties du texte est du ressort d'un *« codage spatial »* par lequel on inscrit en mémoire le lieu physique d'une séquence textuelle dont on tire certaines informations ; il s'agit plus précisément d'enregistrer les positions des mots qui servent à leur tour d'outils d'orientation de lecture et de mémorisation du texte sous la forme d'une structure spatialisée, et contribuent de ce fait à sa compréhension. L'enregistrement en mémoire de la position des mots permet d'établir des renvois, et d'intégrer les informations extraites et identifiées (indices) en un ensemble cohérent appelé représentation référentielle, qui intervient également dans le processus de compréhension. La représentation spatialisée du texte est en effet reconnue comme constituante de la compréhension puisqu'elle permet au lecteur de corréler une représentation de forme ou de format à une représentation de contenu (cf. Baccino et Pynte, 1992 cités par Plassard, 2007, p.76). Fruit d'un travail perceptif, le codage spatial se résume à une

anticipation du sens sur la base d'un calcul de la position optimale de lecture à l'intérieur de chaque nouvel empan visuel visé. La cohérence du texte constitue ensuite un atout majeur de la représentation spatiale. La mobilisation d'une technique lectorale est fondée sur les compétences développées par les lectures successives qui constituent l'expérience, laquelle – rappelons-le – repose sur la capacité de perception rapide et intelligible du contenu *« La maîtrise de la technique lectorale présuppose de savoir : « a) s'orienter ; b) localiser ; c) extraire ; d) mettre en relation de façon à ; 5) Interpréter, autrement dit de savoir s'orienter dans un texte de façon à pouvoir y prélever l'information recherchée ».*

Par voie de conséquence, un bon traducteur-lecteur est celui qui subordonne sa palette de techniques de lecture à sa palette expressive en rédaction. Son savoir opératoire repose sur la variation du comportement de lecture. La multiplicité des textes avec lesquels il entre en contact le mène à anticiper et disposer d'un éventail de stratégies de lectures adaptées (cf. Plassard, 2007, pp. 76-77-78).

Par ailleurs, nous avons réuni d'autres techniques de lecture et de compréhension du texte sur lesquelles l'auteure a mis l'accent :

1. *« L'identification »* permet de passer de la perception de signes graphiques à l'identification des mots à travers le niveau visu-orthographique et le niveau sémantique et interprétatif ; il est enregistré dans le lexique mental par décision lexicale, c'est de cette manière que les mots nouveaux enrichissent le vocabulaire de chaque individu (cf. Plassard, 2007, p. 80).

2. *« La lecture exploratoire »* consiste à avoir un aperçu général du texte préalablement à une analyse approfondie. Elle s'exerce au niveau de la macrostructure du texte de façon à saisir globalement et superficiellement le contenu parcouru (cf. Plassard, 2007, p. 91).

3. *« L'activation des connaissances »* repose sur quelques paramètres distinctifs, notamment : *« l'encodage perceptif »* et *« l'amorçage sémantique »* qui signifient la reconnaissance d'un mot qui entraîne l'activation de sa signification puis son revêtement d'une connaissance conceptuelle et *« le survol »* qui consiste en un balayage oculaire sur support papier permettant de repérer la structuration physique du texte. Le survol facilite l'identification du type de texte par la prise d'indices formels et iconiques. Les indices concernent par exemple les images ou les photographies.

4. *« Le balisage »* est un ensemble de dispositifs qui permet au lecteur d'un texte de se situer grâce à des éléments textuels. Ils peuvent être paratextuels ou représentés en une insertion matérielle | figure ou image | ou autre indice thématique etc.

5. Par *« accès sélectif »* au texte, on vise une lecture ciblée qui consiste à explorer dans le texte des éléments précis pour des fins d'extraction d'informations.

6. *« L'écrémage »* est une variante de lecture exploratoire qui vise beaucoup plus les textes courts tels que les articles de presse, elle s'appuie notamment sur un relevé d'éléments paratextuels, sur les indices de structuration des textes en vue de dégager l'idée générale et la sélection des autres éléments par ordre de pertinence, et enfin le repérage

est une stratégie orientée au niveau micro textuel destinée à extraire une information précise (Plassard, 2007, pp. 92-97).

7. *« La lecture intégrale »* est la seule véritable lecture au sens classique du terme, qui donne lieu à un apprentissage explicite, c'est un traitement global où le lecteur suit le texte de ligne à ligne ; préalablement à l'établissement de liens entre **les** différents éléments constitutifs du texte, à leur mise en relation dynamique et explicative, à la reconstruction de la logique d'exposition du texte, à la saisie du plan, de la macrostructure textuelle en même temps que le passage obligé de toute construction du sens (Plassard, 2007, p. 99). La lecture intégrale fait à son tour appel à quatre réseaux internes du texte à savoir : *« les réseaux textuels »* ; *« les réseaux logiques »* ; *« les réseaux thématiques »* et *« les réseaux expressifs »*.

8. *« Les réseaux textuels »* sont identifiés à travers une analyse systématique permettant de tirer des indices ou des informations pertinentes à partir d'un repérage intelligent ou à travers la constitution d'un micro-texte qui reflète le tout à travers les articulations, les axes, les références intertextuelles, le ton du texte et les conclusions que le lecteur peut tirer ; *« les réseaux thématiques »* recouvrent l'étude de la chaîne sémantique de certains groupes de mots qui traitent à leur tour du thème réel du texte ; *« les réseaux logiques »* sont fondés sur la progression thématique et l'enchaînement discursif et *« les réseaux expressifs »* concernent l'aspect du texte en tant que tel, sa forme et son but.

3.1.2.1.2 Caractéristiques de l'image

L'image relève d'une sémiotique non-linéaire. À travers son rôle iconique, elle lève la barrière de la langue en permettant à des personnes qui ne comprennent pas nécessairement une langue donnée (cas d'un touriste) d'obtenir un minium de sens. L'image est dépourvue d'oralisation et instaure une communication fluide, puisqu'elle ne transmet pas les phénomènes de la langue. À titre d'exemple, un pictogramme de par sa non-verbalité, son iconicité incite à penser que c'est un graphe univoque, transparent et accessible à tous. Ainsi, toute personne, quel que soit son âge, son sexe, sa culture et son niveau d'études serait capable de comprendre un message exprimé au moyen d'une image et dans la vie actuelle, l'on se dirige vers ce sens puisque la circulation croissante des personnes et des biens à travers le monde pousse à l'uniformisation de la signalétique. Cette uniformisation, s'opère en fonction de *« standards culturels universels »* (cf. Bordon, 2004, intro §1 et pp. 14-15).

L'image est une structure sémiotique fonctionnelle visuelle (visible ou invisible) spatialisée dans une surface durable et qui représente de manière géométrique des segments de la réalité physique ou mentale dans le cerveau ; cette représentation n'est pas analogique mais plutôt conventionnelle et arbitraire étant donné que le rapport sens/forme est issu d'un accord communautaire. Les images peuvent être naturelles, fabriquées par la main (dessin, caricature, peinture) ou artificielles conçues par la machine (images mécaniques, électroniques, images de synthèse…) et se lisent par trois niveaux : *« intraiconique »*, *« intericonique »* et *« extraiconique »* ; la lecture au niveau intraiconique est une lecture de tous les éléments de l'image au sein d'un

même espace, solidaires entre eux, formant un contexte et sens précis, l'intericonicité peut signifier l'explication d'une image ou d'un de ses constituants dans une autre ou par une autre image , c'est un domaine propre à l'art, tandis que la lecture extraiconique signifie le décodage d'icônes à l'extérieur de leur espace par recours au code linguistique, ce qui est traduction proprement dite. La compétence iconique est une compétence innée, universelle faisant référence à l'aptitude du cerveau à pouvoir traiter et générer des images sur la base d'un réservoir de connaissance hérité anthropologiquement (cf. Aït Hammou, 1997, pp. 54-55).

L'image, telle qu'elle est utilisée aujourd'hui dans ses formes les plus manifestes, (telle l'image médiatique) concrétise l'apogée de la progression de l'intelligence humaine. En effet, l'image d'abord naturelle accompagnait l'homme depuis le début, elle a été antérieure à la visibilité. Platon enveloppait sous le terme « image » les ombres et les reflets des eaux, ou encore la surface des corps opaques, polis et brillants et toutes les représentations de ce genre. Dans les rituels religieux, l'image faisait l'objet de la représentation de l'adoration, tandis que dans la mythologie, l'image était virtuelle (Joly et Jessie, 2001).

Selon Albert Plécy, l'intérêt pour l'image dans n'importe quel domaine a commencé à croître dès les années 1950 aboutissant à l'aube des années 1970 à une véritable *« civilisation de l'image »*. Auparavant, elle ne faisait l'objet d'aucune classification, aucune norme de traitement, de retouche, ou de mise en forme… on n'excellait pas encore à pénétrer son secret ; sa lecture était livrée au caprice d'un regardeur non éduqué. À travers les moyens techniques inventés pour la faire *« parler »*, l'image fait partie des stratégies de communication de masse et baigne dans l'audiovisuel. Libérée du support papier, elle a pris une dimension géante et une vigueur nouvelle. L'image interpelle la réalité pour la déformer comme pour la magnifier, elle a créé une nouvelle forme de culture. Regarder des images, les comprendre, cela peut être aussi laborieux, mais aussi enrichissant que lire un texte et en déceler le sens. L'image, parfois fournit autant de données intéressantes qu'un texte littéraire (Cf. Plécy, 1971, pp. 28-29-30-41).

Cette même notion de *« civilisation de l'image »,* – apparemment tant redoutée parce qu'elle provoquerait un changement radical dans les supports de communication causant la disparition du langage verbal dans son ensemble (Joly et Jessie, 2021, IV, §1) – a été magnifiquement expliquée par l'historien de l'art, René Huyghe, qui a estimé qu'en dépit de la place prise par les intellectuels au premier plan de la scène contemporaine :

> Nous ne sommes plus des hommes de pensée, des hommes dont la vie intérieure se nourrisse dans les textes, les choses sensorielles nous mènent et nous dominent, la vie moderne nous assaille par les sons, par les yeux, par les oreilles, l'automobiliste va trop vite pour lire les pancartes, il obéit à des feux rouges et verts ; le piéton bousculé, hâtif, ne peut que saisir au passage, l'aspect d'un étalage, l'injonction d'une affiche. L'oisif qui, assis dans son fauteuil, croit se détendre, tourne le bouton qui fera éclater dans le silence de son intérieur, la

> véhémence sonore de sa radio dans la pénombre les trépidants phantasmes de la civilisation […] un prurit auditif et optique submerge nos contemporains ; il a entraîné le triomphe des images. Elles font le siège de l'homme dont elles ont mission, dans la publicité, de frapper, puis diriger l'attention […] Elles supplantent la lecture dans le rôle qui lui était dévolu pour nourrir la vie normale (Huygue, 1965, p. 07).

La prise en compte de l'image a bouleversé la pratique de la traduction. Tout vient de cette zone indécise, région frontalière du textuel et du visuel. L'importance paratextuelle de l'image s'avère essentielle dans les supports destinés à la communication. Même les textes sans image matérielle sont traduits en tenant compte de la communication visuelle, pour leur édition finale à l'écran ou sur papier (cf. Yuste Frías, 2011, p. 261).

Le texte est pris dans une dimension visuelle que l'on associe logiquement aux unités de traduction verbale. Ce serait imprudent, dirions-nous, de considérer ce qui suit comme *« injonction d'époque ».* Mais depuis que l'image a envahi l'univers expressif de la communication humaine et que les couples texte-images foisonnent, la conséquence sur la traduction est sans équivoque : *« il est tout à fait légitime de forger de nouvelles perspectives de traduction du texte et de l'image à la fois ; le traducteur dans ce registre est à la fois lecteur et regardeur, il lui incombe la responsabilité de faire parler le « visible » et le « lisible »* (Yuste Frías, 2010, p. 296).

Pour le groupe TyP, l'image est non universelle et son traitement en traduction est un exercice aux multiples enjeux : économique, socioculturel, politique, idéologique et religieux dans la mesure où : *« Pour comprendre l'information apportée par l'image il faut être de la même culture que le public visé par l'image, ou avoir les compétences culturelles sur l'histoire et les valeurs sociales de la culture d'arrivée, sinon le message n'est pas compris ou bien sa connotation reste ambiguë »* (cf. Yuste Frias, 2013) ; le moindre détail des constituants de l'image engendre lectures et interprétations selon la construction paratextuelle conçue dans un objectif cibliste. En ce sens, le traducteur est inévitablement confronté au jeu du verbal et du visuel, qui se situe entre le texte en tant que dimension de signes graphiques et le paratexte qui porte en lui tous les éléments paratextuels, il prend conscience que la dimension graphique de la mise en page et l'importance visuelle de la typographie sont des éléments qui non seulement donnent un sens à la communication écrite, mais qui constituent l'essence même de l'écriture. Dans ce cas, le texte n'est pas seulement une entité linguistique, il est parcouru par le regard avant d'être lu. Sa visibilité doit être mise en valeur afin que l'attention soit portée sur son contenu matériel (cf. Yuste Frías, 2012, p. 39 et 2011, p. 37). Si les images ne sont pas universelles, c'est à cause de la culture. En effet, les images sont des produits culturels dont le sens change en fonction de leur localisation spatio-temporelle. Pour la traduction, il faut donc être conscient du fait qu'entre deux cultures distinctes, il n'y a pas de similitudes entre les codes sémiotiques permettant de lire et de comprendre l'image. Des

compétences culturelles, historiques sont requises pour pouvoir saisir les valeurs sociales qui entourent une image particulière construite au sein de la culture cible (cf. Yuste Frías, 2011, p. 262).

Le sémiologue Fresnault-Deruelle, estime que lire l'image est la même chose que lire un texte:

> L'image peut légitimement être considérée comme un texte au sens le plus fort du terme, dans la mesure où ses constituants (et leur distribution dans l'espace de la représentation) vont solliciter de la part du spectateur une série d'ajustements dont on peut dire qu'ils se ramènent à ce qu'on appelle précisément la lecture (Fresnault-Deruelle, 1993, p.14, cité par Yuste Frías, 2010, p.295).

Régis Debray a emprunté le chemin de Charles Sanders Pierce dans la définition de l'image et de son influence dans la représentation, il donne à chacun des indices, icones et symboles une définition propre :

> L'indice est un fragment de l'objet ou en contiguïté avec lui, partie du tout ou prise pour le tout… L'empreinte d'un pas sur le sable ou la fumée du feu au loin sont des indices. L'icône, au contraire, ressemble à la chose, sans en être, elle n'est pas arbitraire mais motivée par une identité de proportion ou de forme. Le symbole lui, n'a plus de rapport analogique avec la chose mais simplement conventionnel : arbitraire Par rapport à elle, il se déchiffre à l'aide d'un code. Ainsi du mot « bleu » par rapport à la couleur bleue (Debray, 1992, p. 296).

Sur la valeur symbolique de l'image, Debray ajoute : *« l'image indice fascine. Elle en appelle presque au toucher. Elle a une valeur magique, l'image icône n'aspire que du plaisir, elle a une valeur artistique. L'image symbole requiert une mise à distance. Elle a une valeur sociologique, comme signe de statut ou marqueur d'appartenance »* (ibid.).

La nécessité de prendre en considération l'image matérielle s'explique par le fait que si d'une part, le texte invite toujours à la lecture sans laquelle il ne saurait être déchiffré, d'autre part, regarder et voir l'image n'est pas la même chose. On peut s'habituer à voir l'image durant toute une vie, mais le regard implique une visée communicative, une curiosité intellectuelle, une lecture silencieuse et par conséquent, un début d'interprétation puisque ce processus transforme tout ce qui est visible en lisible ; la traduction provoque la lecture et l'interprétation de l'image.

À côté du pouvoir symbolique de l'image dans le paratexte et de l'image elle-même en tant que péritexte iconique, le texte passe en position secondaire, parfois même complètement ignoré face à la performance extrême du code visuel et le caractère conquérant de l'image. D'ailleurs, dans certaines annonces publicitaires, on limite au minimum l'utilisation du code verbal (textuel) jugé esthétiquement encombrant en optant pour la formule visuelle-sonore pour plus de concision et de pertinence et alternativement deux options sont privilégiées :

1. Transformer le verbal en dessin par création de mots-images ou par exemple des *« logo alphanumériques »* par processus d'iconisation (cf. Heilbrunn, 2006, p. 86) ;

2. Conserver cet élément verbal mais avec moins de signes graphiques possibles. Il existe d'autres campagnes publicitaires où l'on se passe carrément du texte. Toutefois, malgré la suprématie de l'image dans le domaine publicitaire, celle-ci reste quelquefois difficilement saisissable, d'où la nécessité de renforcer son contenu par le code verbal (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 148).

La notion de la paratraduction est venue redonner à l'image sa place dans le traitement des supports d'information numériques et par la même occasion valoriser à grande échelle les aspects visuels des paratextes (cf. Yuste Frías, 2009, p. 26 ; 2010, p. 293). Sa lecture et son interprétation dans notre ère très digitalisée, très numérique, rappelle la prise de conscience que le traducteur devrait avoir lorsqu'il traduit des supports dans lesquels il y a déjà des relations indissociables entre image-culture-texte qui participent de la construction symbolique même de ces supports. L'association de l'image dans le processus de traduction aide à cultiver le sens de la vue du traducteur ; l'image devient traduisible à partir du moment où le paratexte iconique est cultivé par le regard du traducteur par la lecture et l'interprétation ; ce regard étant analytique et non linéaire de par son mouvement lequel permet d'accéder aux imaginaires comme par magie ou par créativité, aux implicites et aux explicites. *« Les images matérielles sont des produits culturels dont le sens change en fonction de leur localisation spatio-temporelle »* (cf. Yuste Frías, 2014, pp. 69-70). L'utilisation de l'ordinateur comme moyen universel d'information et de communication a considérablement élargi le rôle de l'image dans l'activité de la traduction. Par le simple fait de vivre dans la cyberculture, les traducteurs n'échappent pas à la domination du visible et à sa puissance sémantique qui manipule leurs idées et leurs sensations, qui ouvre surtout leurs yeux et leurs oreilles à d'autres langages, à d'autres valeurs, à d'autres façons de voir le monde grâce aux images (cf. Yuste Frías, 2011, p. 276).

La lecture et l'interprétation de l'image en traduction exigent le partage de codes sémiotiques et culturels entre deux sociétés au moins. Ces codes sont de plus en plus internationalisés par la mondialisation et la possession du traducteur de compétences culturelles suffisantes sur les valeurs sociales de la culture source – où l'image a été créée – et la culture cible pour laquelle elle est traduite. Par conséquent, penser à l'image comme simple signe est contraire à la créativité, du fait que son intégration dans une page de couverture médiatique, à l'écran, en bande dessinée, en caricature, ou en tout type de photographie sont des preuves que le sémantisme de l'image déborde sur le verbal. Si on la réduit en un simple signe, on passe à côté des enjeux actuels de la communication, elle serait alors similaire au mot, isolée des caractéristiques sémiotiques qui la mettent en valeur. C'est pour cette raison que le traducteur doit penser à l'image comme un paratexte essentiel dans l'institution de l'élément symbolique sur lequel porte toute la stratégie aussi bien textuelle que communicative (cf. Yuste Frías, 2014, p.70). La dimension spatiale de l'image est en fait une sorte d'écran qui invite le traducteur à l'explorer et à la traverser pour

rechercher le plaisir d'être dans « l'image » et pas seulement « devant » elle. Si un tel besoin n'est pas ressenti au vu comment la traduction se présente aujourd'hui, son processus est voué à l'échec ; il est donc plus qu'évident que le traducteur se sente emporté par le désir de parcourir « le dedans » de l'image, tous les moyens qu'on connaît et pas seulement technologiques mettent les images « au-devant » du texte pour attirer l'attention sur le « dedans ».

3.1.2.1.3 Sur la complémentarité du texte et de l'image

Nous avons évoqué plus haut certains traits soulignant les traits de complémentarité entre l'image et le texte (voir *supra*, p.197) et il convient dans cette partie de les confirmer. La relation entre le texte et l'image n'est pas une question d'addition ni de subordination, le texte guide l'interprétation de l'image et celle-ci oriente la lecture du texte (cf.Yuste Frías, 2009, §1) ; cette complémentarité s'explique par le fait que le sens est construit grâce à la rencontre du code verbal et du code visuel : *« texte et image c'est comme chaise et table »* (cf. Joly et Jessie, 2021, chap. IV, §1) ; leur présence dans un document donne l'impression de s'asseoir à une table et la chaise (l'image) est de l'aventure et de la découverte des mots (le texte) ; la construction du sens a lieu dans le même espace et au même moment et il n'a jamais été question, en tout cas en matière d'innovation en communication, d'opposer ces deux codes, bien au contraire l'opposition est employée aujourd'hui esthétiquement en contrepoids pour appuyer leur union : l'image et le texte créent un document hybride, l'un complète l'autre dans le mouvement circulaire à la fois très analytique et créatif ; le lecteur-traducteur effectue un va-et-vient herméneutique entre une production verbale et une production iconique, ce qui reflète la nature intersémiotique de l'activité traduisante (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 146), il faut donc cesser de les concevoir sous une forme dichotomique.

La complémentarité entre le texte et l'image se reflète également dans le fait que le message iconique a une fonction symbolique voire mythologique qui renvoie par exemple à des contextes historico-culturels. Sa lecture se veut connotative et son décodage s'appuie nécessairement sur des références propres à la société réceptrice et cela passe par un code d'acceptabilité sociale ; les textes instrumentalisent les fonctions de communication établies par le concepteur avec minutie à savoir : les fonctions référentielles, conatives, expressives et injonctives : *« Le rapport texte-image est un rapport de complémentarité, le verbal est implicite dans la mesure où il se contente de suggérer et non d'expliquer le dit de l'image »* (cf. El Ftouh, 1997, pp. 91-92).

Dans l'histoire intellectuelle occidentale et dans la philosophie dualiste, les barres obliques qui séparaient les concepts (ex : esprit/matière ; vérité/fiction ; le bien/le mal etc.) imprimaient dans l'esprit du chercheur que tout ce qui est à gauche dans la marque d'opposition est supérieur à ce qui est à droite. Cela donne une opposition et une supériorité d'un concept par rapport à l'autre, lequel est entendu comme une manifestation, une perturbation, ou une négation du premier. Or,

cela est dépassé, l'image et le texte bien qu'ils soient différents matériellement, se rejoignent sur le plan virtuel et leur opposition matérielle est presque comme une harmonisation des contraires (cf. Yuste Frías, 2009, p. 258).

Selon la spécialiste de la littérature anglaise Liliane Louvel, la première incidence qu'engendre la lecture d'un document incluant un texte et une image est l'instauration d'un dialogue :

> Les modalités du dialogue entre texte et image imposent une double lecture qui opère sur le mode de l'oscillation, de la traduction ou de la transaction. L'image en-texte ou hors texte joue le rôle de trompe-l'œil dont le lecteur ne peut se déprendre. Ce mouvement d'oscillation se double d'une constante : le désir contradictoire de voir de près/voir de loin. Le tout et la partie, l'oscillation du regard déstabilisent le texte et le lecteur, le sortent de l'emprise du texte pour mieux l'y replonger. Enfin, le mode d'intégration de l'image et de ses substituts dans le texte peut être conçu en termes qui allient les deux critères irréductiblement opposés…(Louvel, 2002, chap. I, §1).

Entre le système-texte et l'image, chacun offre le meilleur de lui-même, même s'il paraît parfois que l'image nous semble mieux armée que le texte pour dire le plus de choses dans le minimum de temps et en s'adjugeant la plus grande superficie de l'espace d'affichage comme il est de coutume dans les pages de couverture médiatiques, elle tente toujours d'exprimer seule son message. Mais si elle suscite quelque interrogation, ambiguïté où des parts du non-dit subsistent (ce qui est toujours le cas), les mots se feront une joie de révéler les (cf. Plécy, 1971, pp. 45-236).

Le couplage du texte avec l'image est une caractéristique esthétisante et contemporaine de diffusion de l'information à travers la conception de supports de communication où on élève toujours les potentialités expressives de l'oral et/ou de l'écrit, du dessin/ou de la photo. José Yuste Frías s'appuie sur cette figuration pour permettre à la traduction, en tant que métier pratique et art, d'évoluer face à de nouveaux défis en terme d'innovation, de communication et aux traducteurs de s'émanciper, de sortir du carcan textuel ; il invite à dépasser les oppositions radicales entre le texte et l'image, d'écarter les discours sommaires et nostalgiques qui opposent la vidéosphère à la graphosphère, les écrans aux écrits, le lisible au visible (cf. Bougnoux, 1994, p.96, cité par Yuste Frías, p.44).

La traduction du couple texte-image engendre une fusion de *« deux langages unidimensionnels »* (Plécy, 1971, p. 226). Si le texte se reflète à travers les caractéristiques propres à la cohésion (enchaînement de ses éléments), à la cohérence (expression verbale de la connexité des concepts, son intentionnalité (sa situation par rapport à sa production) et à son acceptabilité (par rapport au lecteur) et à son intertextualité par rapport à son appartenance à un univers de textes, l'image est redoutable, elle pénètre nos centres cérébraux qui influencent non seulement notre intellect mais aussi l'ensemble de nos réactions nerveuses ; des expressions telles qu'*« avoir froid dans le dos »,*

ou *« être pris dans le ventre »* sont des ressentis d'états émotionnels que l'image peut instaurer. Les images sont *« saisissantes »*, à travers leurs multiples figures (photographies, dessins de presse, caricatures, peinture, graffiti etc.), elles mettent en alerte les facultés psychiques de l'individu. Elles sont au centre des transmissions des expériences humaines ; les réactions qu'elles suscitent sont si nombreuses qu'il importe que le public comprenne réellement les tenants et les aboutissants de la transition vers un mode de communication où l'image devient garante de presque toute l'expressivité du document (cf. Plécy, 1971, p. 42).

Le texte et l'image sont deux instances assumant chacune leur part de narrativité, le visible transcende le lisible dans la création du sens, le texte guide l'interprétation de l'image et l'image (faisant partie du paratexte) oriente la lecture et la réception du texte sur plusieurs ordres : social, idéologique, publicitaire, culturel, politique et économique (cf. Yuste Frías, 2011, p. 45).

Il y a du *« texte »* à voir dans l'image à travers le déchiffrage du sens avec des moyens linguistiques tout comme des *« images »* à voir à travers la lecture textuelle, la description dans un style poétique du monde qui nous entoure dans la littérature nous fait voyager, la description des gens, des lieux, des scènes et des parties de scènes, des sentiments, constitue des séquences visibles à travers une chaîne de caractères comme dans un roman (cf. Louvel, 2002, p. 16). La manifestation par la parole ou l'écriture des œuvres de l'esprit, or au même titre que la parole ou que l'écriture, l'image se veut une manifestation des œuvres de l'esprit (cf. Plécy, 1971, p. 153).

3.1.3 Le caractère innovant de la paratraduction sur les plans théorique et pratique

La paratraduction n'est pas venue redorer le blason de la traduction, ni créer un nouveau paradigme mais elle a donné de l'importance à la paratextualité qui était secondaire dans le processus (cf. Yuste Frías, 2015, p. 326). Elle contribue à étendre le champ disciplinaire de la traduction et de l'interprétation en offrant une solution novatrice et innovante au dilemme éternel entre la théorie et la pratique de la traduction, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'université. Elle ouvre sur le plan épistémologique de nouvelles perspectives théoriques, didactiques et professionnelles.

La paratraduction ne s'arrête pas à l'étude du paratexte – dans ce cas, elle n'offrirait qu'une petite extension à un corpus déjà riche et varié en apports théoriques considérés et moins considérés. Depuis sa création, la notion de paratraduction a été reprise dans pas moins de 288 publications scientifiques dans 17 langues différentes (espagnol, galicien, catalan, portugais, italien, français, anglais, allemand, chinois, lituanien, polonais, russe, grec, turc, roumain, persan et arabe) et sans qu'il y ait eu au préalable une prise de contact avec le groupe T&P (cf. Yuste Frías, 2022b, pp. 30-31), lequel s'est donné comme ambition de transformer le néologisme « paratraduction » en un vrai paradigme traductologique. Compte tenu de la diversité culturelle et

linguistique qui caractérise le continent européen, il était devenu primordial de se tourner vers les aspects extratextuels influencés par plusieurs paramètres, culturels, anthropologiques, philosophiques, ethniques, idéologiques, politiques et économiques qui ont toujours été dans un environnement très proche de l'opération traduisante sans qu'ils bénéficient de l'attention qu'ils méritent.

À titre d'exemple, l'ère digitale invite à une déconstruction du processus de la traduction pour analyser les circonstances de formation des contenus multimodaux (cf. Garrido Vilariño et Yuste Frías, 2022, p. 12). En effet, avec la multiplication des supports numériques sous diverses formes, les relations intersémiotiques entre le texte et des parties constituant le hors-texte ont davantage été mises en exergue sur un rapport d'homogénéité, elles sont en fait indissociables dans un projet de communication contrairement à des périodes où chacun des deux était ramené à des pratiques artistiques spécifiques (Yuste Frías, 2010, p. 295). La désormais matière première du traducteur est de nature *« multisémiotique »* et se compose, en plus de l'élément verbal, d'une série d'unités verbo-iconiques dont la lecture, l'interprétation et la traduction requièrent une fonction particulière puisque le traducteur travaille sur un texte lequel sous l'impulsion du numérisme n'est plus maître de ses frontières : il doit, de ce fait, couvrir tout le sens du texte, le sens des formes, le sens des sons, ce qui est du ressort de la paratraduction.

En relayant l'avis d'Yves Gambier sur la nécessité de se tourner vers les recherches sur les sens des formes qui accompagnent l'entité textuelle, José Yuste Frías estime que la traduction ne sera pas l'objet d'étude seulement pour les traducteurs parce qu'elle n'interviendra pas uniquement sur le verbal mais aussi sur des supports multisémiotiques. La technologie de l'information et de la communication amène à repenser les rapports entre le texte et les autres systèmes sémiotiques (visuels), elle oblige à redéfinir les normes d'acceptabilité de l'écrit (cf. Yuste Frías, 2005, pp. 70-71).

La paratraduction s'appuie beaucoup sur la notion de déconstruction. Déconstruire ne signifie pas défaire, mais aiguiser le regard sur les structures disséminées dans un élément discursif donné. Le texte et le paratexte forment, en l'espèce, un produit destiné au public. Par la déconstruction, on s'interroge sur la raison d'être du texte, sur ses limites et à ses marges et on l'ouvre à d'autres points de vue et des perspectives sémantiques sur ce qui était jusqu'alors une pensée figée ou fossilisée (cf. Yuste Frías, 2005, pp. 60-61). De plus, un processus de traduction déconstruit met en lumière l'importance de chaque code (Yuste Frías, 2022b, pp.39-40), dont celle de l'image qui invite à une lecture minutieuse : *« explorer les détails d'une image permet de mieux la connaître pour y entrer et l'habiter […] chaque image à l'écran est un espace ouvert qui nous invite à pénétrer à l'explorer dans ses moindres détails et à nous laisser porter par les sensations qu'elle produit »* Et ces détails sont d'ordre culturel et symbolique *: « chaque culture a ses couleurs préférées*

plastiques qui construisent ses propres structures symboliques de complicité, de plaisir ou de rejet ; chaque culture, chaque civilisation, chaque époque a créé sa propre symbolique des couleurs et le traducteur lit et interprète les valeurs symboliques données à chaque couleur pour les traduire » (cf. Yuste Frías, 2014, p. 73).

Au vu de toutes les transformations que connaît la communication internationale, le groupe TyP est contre l'idée de persister sur la dichotomie *« texte vs image »* et le traducteur travaillerait par défaut sur le texte, sur un champ d'action purement verbal, et sur des mots parce qu'ils sont, de par leur caractère normatif, plus sérieux que les images. L'aspect non-verbal est tout aussi indispensable que l'aspect textuel, celui-ci se situe dans le paratexte lequel lui-même assure l'existence du texte, il constitue donc l'argument le plus fort de la paratraduction (cf. Yuste Frías, 2012, pp. 39-40).

Le succès d'une paratraduction est tributaire du bon traitement du paratexte, il ne suffit pas de bien traduire le texte, mais il faut aussi traduire le paratexte. Cette seule mention de *« paratexte paratraduit »* implique tout simplement que l'on transfère un paratexte en tenant compte de sa nature matérielle sachant qu'il y a une différence significative entre un élément paratextuel pur et un élément paratextuel iconique, sonore, matériel, ou olfactif. Ce qu'il faut retenir c'est que lors du transfert de la production paratextuelle du texte source dans l'édition finale de la traduction (quel que soit le support traduit), les paratextes du texte original seront transférés en utilisant différents degrés de manipulation afin de les adopter, les recréer, les réimaginer, les reformuler, les transformer, ou complètement les transcréer, cela s'applique tout particulièrement quand la traduction est commandée pour des fins commerciales (cf. Yuste Frías, 2022b, p. 43).

Sur le plan opératoire, la traduction se trouve rigoureusement remaniée avec l'association du paratexte dans la création du produit *« traduit »* ; la paratraduction est une traduction homogénéisante qui abolit les frontières entre le texte et tout ce qui se trouve en « para » de celui-ci. Dans la traduction éditoriale, elle s'occupe de l'ensemble des traits paratextuels allant des titres aux préfaces en passant par les illustrations (images, peintures, dessins, schémas divers, graffiti et autres arts visuels), tandis qu'en traduction audiovisuelle et multimédia, l'accent est plutôt mis sur les péritextes iconiques, lesquels forment un autre type de paratexte, ce sont des images qui défilent à l'écran et les effets sonores (cf. Yuste Frías, 2015, p.325). Par ailleurs et toujours dans le domaine de l'édition, on devrait retrouver dans le paratexte d'un roman quelques traces qui renvoient à l'original, – comme quoi la traduction même si elle est cibliste au plus haut point, ne peut se détacher de sa fondation primale *« processus liant la source à la cible »* – elle en constitue la prolongation sous une autre forme. L'écriture traductionnelle est un paratexte traduit, particulièrement pensons-nous en littérature où il semble difficile de *« défragmenter »* texte et paratexte et même le hors-texte. De ce fait, il importe de créer un environnement de lecture dans

la langue vers laquelle on traduit par correspondance imaginative ou créative, seul le paratexte en tant que zone de transition ou de transaction sépare deux mondes. Il incombe au désormais *« paratraducteur »* de prendre ses responsabilités quand il a devant lui des éléments du premier monde, afin qu'il en crée un deuxième lequel ne lui ressemble pas forcément mais qui recèle son esprit, son âme. Là, la traduction serait un dilemme, mais en même temps elle se caractérise par un haut degré de créativité jamais atteint auparavant et, au passage, c'est toute la question du *« statut »* du traducteur qui est bouleversée. Un paratraducteur est un traducteur-créateur, un auteur authentique non assigné au rôle de second auteur ; la limpidité de son travail se résume à comprendre cette petite sphère entre l'intention de l'auteur et la notion du paratexte proposée par Gérard Genette.

La paratraduction a une innovation sociale. Avec la multimodalité et la communication instantanée à l'ère numérique, les frontières entre les sociétés s'évanouissent et en même temps, les minorités dans les pays cosmopolites qui prônent le multiculturalisme vivent sur le repli identitaire sur la langue-culture, ce qui donne un espace social fragmenté qui connaît dans chaque circonstance une réaffirmation des racines et des traditions. Dans ce contexte, l'échange traduit n'est pas analysé sur le plan linguistique seulement mais aussi sur le plan identitaire qui colore les mots ; l'identité est considérée comme faisant partie du paratexte, puisqu'on ne peut pas la détacher de la culture. La traduction, au lieu d'être prise comme affaire de mots, est plutôt une rencontre des identités exprimées par des codes sémiotiques différents et donc tout ce qui se rajoute au *« texte »* est *« paratraduisible ».* La langue est bien plus qu'un outil de communication, c'est le moyen d'expression de toute une culture, le reflet de toute une identité confrontée chaque jour à une diversité linguistique et culturelle de plus en plus présente, la traduction est au cœur de la construction quotidienne de l'identité (cf. Yuste Frías, 2020, p. 879).

3.1.4 Le rapport à l'imaginaire

L'étude de l'imaginaire est du ressort des divers usages des images qui accompagnent le texte, lesquelles forment avec lui une totalité cohérente qui produit un sens aux multiples interprétations selon le lieu, le moment, la langue et la culture, ce qui fait que le sens de l'image change suivant la localisation spatio-temporelle (cf.Yuste Frías, 2009, p. 256).

Le traducteur du XXIe siècle vit dans le monde de l'image. À défaut de traduire un couple de texte-image, ce sont des imaginaires que nous traduisons, véhiculés par des images mentales ou des représentations implicites dans le texte, qui nous viennent à l'esprit pendant la lecture. Si l'on revient au premier cas, les images matérialisées dans les paratextes iconiques forment des entités iconotextuelles et celles-ci entourent, encadrent, accompagnent, prolongent, introduisent et présentent le texte en tant qu'une unité verbale tant sur le papier qu'à l'écran (cf. Yuste Frías, 2011a, p. 261).

L'étude de l'imaginaire porte sur le système des images-textes. Ainsi, on obtient un imaginaire quand un ensemble d'images et de récits forment un tout plus ou moins cohérent, qui produit un sens, donnant lieu à différentes interprétations selon le lieu, le moment, la langue et la culture *« les images sont des produits culturels à géométrie variable dont le sens change suivant la localisation spatio-temporelle »* (cf. Yuste Frías, 2011b, p. 37 ; 2009, pp. 255-256), elles posent toujours un problème quand il s'agit de les transférer d'un espace culturel à un autre.

L'imaginaire couvre *« l'ensemble de productions, mentales ou matérialisées dans l'art visuel (tableau, dessins, photographie) et dans le langage (métaphores, symboles, récits) formant des ensembles cohérents et dynamiques relevant d'une fonction symbolique au sens d'un emboitement de sens propres et figurés »* (Wunenburger, 2003, p.10, cité par Yuste Frías, 2011a, p.37).

L'imaginaire peut faire partie de la constellation de termes couramment utilisés en traductologie comme *« visée du traducteur »*, *« projet de traduction »*, *« récit de traduction »*, *« orientation du texte traduit »* ou *« geste traduit »*. Dans une dimension anthropologique, il constitue le lieu d'échange entre les pulsions subjectives et assimilatrices et les intimations comme l'ensemble de représentations qui façonnent la perception humaine du monde. Son importance en traductologie est relative au fait qu'il puisse être pris à la fois comme une notion en soi, c'est-à-dire dans la conception mentale de la traduction ou comme faisant clairement partie de l'opération traduisante (cf. Bezari, Raimondo, et Vuong, 2018, pp. 3-4).

En paratraduction, l'imaginaire représente quelque chose de magique, une boîte noire comprenant toutes les impressions possibles que le traducteur entrevoit lorsqu'il est en pleine réflexion sur son travail, l'homme se fait créatif par son imaginaire et cela se matérialise par de nombreux moyens technologiques (l'art photographique), artistiques (dessins) et par des hybridations (designs informatiques associant l'humain à l'appareil informatique). Les photographies, dessins et tout ce qui est affiché dans l'espace neutre s'accompagne d'un pouvoir symbolique dont tout le verbal n'arrive pas à rendre la magnificence ; l'imagination est le courant de la vie et participe de son déroulement, elle fait partie centrale de la pensée et sans elle, la raison ou le rationnel n'auraient pas d'existence ; la vie sans imagination serait, au sens de Gaston Bachelard, un ensemble désorganisé, qui inspire l'inertie, et par conséquent elle constitue le courant de la vie, le flux propre de la vie psychique dans lequel baigne le traducteur (cf. Yuste Frías, 2001, p. 802-804).

3.1.5 Le rapport au symbolisme et à la couleur

Le symbole peut être assimilé à une forme primitive d'une expérience humaine, auquel on peut associer une banque de données d'images que nous amenons à la naissance en tant que dispositions, ainsi il semble se prolonger dans notre vécu, il renvoie à l'énergie pour celui qui sait le lire ou le déchiffrer. Il est découvert avant même d'être décortiqué, dans les grandes

traditions religieuses et spirituelles, dans la littérature et la poésie du monde entier, les arts, les clairs-obscurs de l'ésotérisme, la politique, l'éthique, la justice et dans toute la composante de la vie sociale et jusque dans les tréfonds de l'âme humaine (cf. Decharneux et Nefontaine, 1998, p. 7).

Le symbole est différent du signe, celui-ci n'a qu'une seule signification, il pointe toujours dans la même direction, n'impliquant pas de rapport de subjectivité, il a une fonction dénotative. Pour les *« feu rouge »* ou *« feu vert »*, pas besoin d'interpréter, il faut s'y conformer, ce sont des signes conventionnels. Mais cette lecture dénotative ne s'applique pas au cas du symbole qui s'inscrit dans le non-conventionnel à une échelle plus large, il est débordant d'interprétations et possède une pluralité de significations qui peuvent paraître contradictoires ; il est juste une approximation possible pour décrire quelque chose qui nous échappe (Rosselet-Capt, 2019).

Régis Debray en décrivant le symbole semble lui donner une connotation positive, le symbole inspire l'unisson :

> Le symbole est un objet de convention qui a pour raison d'être l'accord des esprits et la réunion des sujets. Plus qu'une chose, c'est une opération et une cérémonie : non pas celle des adieux mais des retrouvailles (entre amis qui se sont perdus de vue). Symbolique et fraternel sont synonymes : on ne fraternise pas sans quelque chose à partager, on ne symbolise pas sans unir ce qui était étranger […] l'image est bénéfique parce que symbolique, c'est-à-dire remembrante et reconstituante (Debray, 1992, pp. 81-82).

Partant du fait que l'image à travers son pouvoir symbolique se lit et se traduit. Dans le symbole, le contenu figuratif de l'image ne se réduit plus à la simple dénotation du référent tel qu'il se présente dans le signe, mais actualise un sens latent qui dépasse le contenu sensible du signe et amplifie le champ de la pensée limité jusqu'alors au référent objectif ; on pourrait dire que la fonction symbolique de l'imagination consiste à présenter indirectement (c'est-à-dire représenter) et de manière sensible, un contenu qui peut ainsi être facilement intelligible même s'il n'est pas directement représentable (cf. Yuste Frías, 2001, p. 805). Le phénomène symbolique n'a rien de proprement linguistique, il n'est que porté par le langage, lorsqu'il s'actualise dans un acte de parole, si le signe linguistique est l'objet principal de la langue qui renvoie à des concepts déterminés, le symbole actualise les signifiés du signe, il a une fonction communicative et non significative, assemble et concentre une multiplicité de sens qui ne se réduisent jamais à une seule signification (cf. Yuste Frías, 1998a, p. 282) ; le symbole dans une image se lit par reconnaissance par un membre de la communauté culturelle dans laquelle il est régi, il est littéral (cf. Jaïdi, 1997, p. 29).

En ce qui concerne la couleur, le traducteur ne fait pas que voir les couleurs. Il les perçoit d'une manière déterminée selon ses propres codes culturels et linguistiques dans un moment et un lieu

du contexte communicatif du document de départ (par substitution à l'appellation " texte de départ "). Cette perception met en jeu la connaissance, la mémoire, l'imagination et les milieux aussi bien du sujet traduisant que la matière devant être traduite. Cela va sans dire que chaque société nomme et développe le code chromatique selon son propre prisme ; donc la couleur ne peut se réduire à une pure matière esthétique qui flotte en surface, elle donne une identité au document. Elle ne peut être perçue comme un phénomène universel. Si elle doit être transférée d'une culture à l'autre, il faudra prendre en ligne de compte le fait que chaque société, chaque civilisation définit de manière différente la couleur, selon les contextes spatio-temporels ; si une société a des préférences pour telle ou telle couleur, cela se fait uniquement sur le plan anthropologique et ethnographique (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 150).

La couleur est un détail important dans le processus de traduction du couple texte-image, elle est une composante du système symbolique et doit être traitée de la même manière qu'un texte à traduire, c'est-à-dire assujettie à la réflexion et à l'interprétation. S'il nous est donné à traduire un document contenant un système symbolique, lequel se trouverait sur la surface visuelle d'un document, sachant que celui-ci forme avec le paratexte (subdivisé en péritexte et épitexte) un tout indissociable, il faudra absolument en tenir compte dans le transfert, car la lecture du symbole implique à la base une traduction et une interprétation, même s'il n'est pas traduisible matériellement, sa lecture alimentera, façonnera la conception du document cible (cf. Yuste Frías, 2009, pp. 256-257 et Yuste Frías, 2011b, p. 264). La couleur est une marque sémiotique susceptible d'influer sur la traduction particulièrement lorsqu'elle renvoie à une valeur conventionnelle, une signification culturelle, *« ex. la couleur du deuil ».* En traduction audiovisuelle, on peut s'attendre également à l'énonciation d'un jeu de mots impliquant l'utilisation d'une couleur ; cela conduirait le traducteur-adaptateur à réfléchir sur une solution en se rapportant au code visuel du public cible (cf. Chaume et Pappens, 2021, p. 21) ; *« Une paratraduction des symboles, signes, signaux, marques et images des productions paratextuelles de la communication transculturelle peut rendre compte de l'extraordinaire pouvoir de la communication visuelle en traduction, autant que des manipulations idéologiques, politiques, sociales et culturelles qui la révèlent et la maîtrisent »* (Yuste Frías, 2010, p. 313).

La symbolique de chaque culture transforme la lecture, l'interprétation et la traduction de l'image. Le symbolisme est défini comme un système de symboles, les symbolismes religieux constituent des ensembles insérés dans les traditions respectives avec leurs articulations, leurs associations, leurs degrés et leurs représentations spécifiques (Decharneux et Nefontaine, 1998, p. 9). Par corrélation, les différents systèmes symboliques laissent des traces profondes et nombreuses dans la conception et la définition de l'image. Il y a matière à traduction, et par corrélation matière à paratraduction », lorsqu'on a un support mêlant texte, symbole, code

sémiotique (visuel et verbal), rituel symbolique (filmé ou raconté en image), le tout partant d'un imaginaire touchant aussi bien au lisible qu'au visible (cf. Yuste Frías, 2009, p. 258) ; un élément quelconque de l'ensemble d'une production paratextuelle déterminée enclenche tout un réseau de significations symboliques (ibid., pp. 260-261).

3.1.6 Contextualisation de la paratraduction par rapport aux données factuelles de l'ère numérique et la prolifération de supports de communication

Partant du fait que la notion de paratraduction a été construite pour la première fois autour de la notion du paratexte dans sa conception *« littéraire »*, son parcours a changé avec l'avènement d'internet puisque la virtualisation du contexte numérique de la traduction a complètement transformé son aspect pratique (cf. Yuste Frías, 2005, p. 75).

En effet, le numérisme et la digitalisation sont venus modifier les pratiques de lecture/d'écoute du texte/discours en étendant le champ conceptuel de la paratextualité, si bien que le traducteur professionnel a pris conscience de leur influence dans les plateformes interactives comme dans les jeux-vidéo, les séries, les web-séries dans les missions de traduction à l'écran d'aujourd'hui. Le traducteur est donc plus enclin à traiter d'autres formes du paratexte *« ex. le paratexte sonore »,* sachant que le son constitue une partie importante de la dimension tripartite de la multimodalité. *« Pour un traducteur, le traitement du paratexte visuel est incontournable dans la traduction de la relation intersémiotique du couple texte-image »* (cf. Yuste Frías, 2009, p. 260). On assiste donc à une élimination de la frontière laquelle était bien délimitée dans le passé entre le paratexte et le texte dans l'édition par exemple (cf. Yuste Frías, 2022b, pp. 37-38). Pour les jeux-vidéo, la technologie digitale a définitivement transformé les conditions du traitement des documents multimodaux.

À travers l'utilisation massive d'internet conjuguée aux usages d'appareils numériques les textes numériques et digitalisés sont apparus, cela a amené une révolution dans les supports de travail du traducteur qui a commencé avec la plume et l'ancre, puis le dactylo, puis l'ordinateur, puis le laptop. Les textes numériques, ou « écranisés » combinent dans une page web ou dans une plateforme numérique des liens d'hypertextes qui invitent à une exploration d'une page web ou d'une plateforme à la manière de se balader dans un labyrinthe. Les hypertextes se tissent et se croisent dans un réseau informatique lequel ne contient pas uniquement des mots. Il appartiendra au traducteur – comme l'a proposé Jean Delisle par *« démontage »* du processus traductif (voir supa, p.163) pour les textes pragmatiques, de déconstruire ce caractère hypertextuel du texte écranisé, d'analyser ses paratextes, ses péritextes iconiques et toutes ses implications idéologiques, culturelles, symboliques, qui sont au premier rang dans sa palette expressive.

Ces textes produisent plus d'effet de communication, le sens varie en fonction des paratextes représentés par des entités iconotextuelles, ou par différentes productions matérielles qui se situent à côté de l'espace scripturaire, objet principal et habituel de la traduction. Dès lors, il faut *« paratraduire »* ces entités iconotextuelles et ces productions verbales, iconiques, verbo-iconiques et matérielles dans une démarche paratraductive cibliste par laquelle on anticipe la réception de la traduction sur tous les plans (cf. Yuste Frías, 2015, p. 322). Cette démarche cibliste est mise en œuvre à travers son application méthodologique sur le marché professionnel lors de la négociation entre le traducteur et son éditeur, la gestion de l'espace paratextuel pour présenter et introduire sa traduction dans une stratégie qui va avec le type de lecture et qui intéresse le traducteur, puisque lui et lui seul est, en définitive, l'auteur du texte d'arrivée (cf. Yuste Frías, 2015, p. 326).

Le nouveau texte numérique de par ses éléments para-techno-textuels et son hybridation verbo-iconique qui se présente dans une production hypertextuelle par union, fusion, ou par collocation est un véritable support d'utilisation et de consommation de l'information. Pour le traducteur, c'est un *« matériau visuel »* qu'il a devant lui :

> Il n'est que de se promener sur le web […] pour constater que la part du visuel est de plus en plus importante, on évoque volontiers à ce propos les manuscrits richement décorés du Moyen Âge. Mais alors que l'enluminure médiévale avait pour fonction d'apprivoiser à la lecture une population largement analphabète, le texte imagé que l'on trouve aujourd'hui […] vise plutôt à retenir l'attention incertaine et hautement volatile de lecteurs emportés dans la poursuite des signes qui exigent d'abord d'être séduits avant d'accepter de consacrer un moment à un document quelconque (cf. Vanderdorpe, 1999, p.153, cité par Yuste Frías, 2005, p.70).

3.1.6.1 Du texte à l'hypertexte

L'hypertexte est une version artistique, innovante du texte traditionnel qui renvoie à son imaginaire ; il ne le banalise pas, ni ne lui fait perdre sa valeur ancestrale, mais il constitue une nouvelle matière à traduire avec des spécificités théoriques et pratiques. Parmi les caractéristiques de l'hypertexte, ce sont les images qui sont partout dispersées dans l'espace d'affichage, certaines sont actionnables par digitalisation, indexées à un texte (ex. les plateformes de jeu en ligne). Les signes visuels et textuels associés aux signes sonores entretiennent à l'intérieur de l'espace distributionnel, un rapport de subordination, ce rapport magnifiquement élaboré par les développeurs web se présente sur les appareils informatiques et électroniques en un package déconcertant (cf. Yuste Frías, 2005, pp. 67-68-69). Il peut très bien n'avoir que les limites apparentes, au niveau textuel, la linéarité du texte en format papier disparaît, le texte écranisé devient une entité totalement flexible, ouverte ; il est représenté au sein d'une interface ayant une densité iconique remplie de couleurs, d'icônes, et d'onglets d'interaction permettant

soit par actionnage, soit par tactilité l'accès à l'information ; ces éléments visuels et intuitifs changent d'apparence selon la nature de l'environnement interactif (cf. Yuste Frías, 2014, p. 65).

La non-linéarité de l'hypertexte transforme le mode de sa lecture, il s'agit d'un changement de perspective qui se répercute tout naturellement sur la manière d'envisager la théorie de la traduction à l'avenir. Puisque les textes numériques qui sont à l'écran sont inséparables de leurs caractéristiques iconiques ou plutôt picturales (Yuste Frías, 2005, pp.67-75 in : ibid.,).

De manière plus approfondie, le fait que l'ère digitale voit de plus en plus le texte se faire convertir en structure hypertextuelle, l'écran se substituer au papier, cela s'opère pour des motifs sociotechniques, c'est une technologisation globale quotidienne qui intervient dans le cadre du progrès social et même dans l'intimité et qui crée un nouveau symbolisme (cf. Ostner, 1992, p. 13). La densité iconique permet d'assimiler le texte à un véritable tableau que l'on contemple, qu'on lit et qu'on admire tant sur le rapport du lisible que sur celui du visible. Par conséquent, ce qui se dégage comme caractéristique majeure d'un support verbo-visuel comme l'hypertexte est cette spectacularisation du texte qui « baigne » dans un espace de différents signes homogènes, c'est une perspective que le traducteur-transcréateur doit adopter comme une entité purement visuelle.

3.1.6.2 Paratraduction et localisation de jeux-vidéo

Le concept de localisation entretient avec celui de la paratraduction beaucoup de similitudes sur le mode opératoire de la traduction, il s'agit en fait de lire, interpréter et par conséquent traduire chaque symbole et chaque image qui entourent, enveloppent, accompagnent, prolongent, introduisent et présentent le texte dans les marges du papier ou à l'écran. La localisation ne signifie pas tellement la traduction mais va plus au-delà du simple trait définitoire du processus. En effet, c'est un procédé informatique au moyen duquel on adapte un contenu multimédia, audiovisuel à un public ou une autre sphère culturelle afin qu'il y soit commercialisé et consommé.

Ce qui distingue la location de la traduction c'est d'abord le support : il ne s'agit pas que du *« texte ».* Sur le plan opératoire également, on ne travaille pas uniquement sur la langue mais aussi sur des codes sémiotiques, sur la culture, le tout est conçu dans un programme informatique ou un package (Yuste Frías, 2014, p. 62). La localisation est un terme qui va de pair avec les impératifs de la commercialisation à grande échelle des produits informatiques. En se proposant de remplacer la vieille notion d'adaptation, la localisation – tout comme la digitalisation qui va plus loin que le simple usage d'internet à des fins utilitaires et qui consiste en la création d'applications accessibles à partir de n'importe quel support (smartphone, tablette ou ordinateur) (Metais-Wiersch et Autissier, 2016, Chap. I, §2) – consiste en l'application de mémoire de traduction presque comme des équivalences consignées sur lesquels le traducteur n'a pas

entièrement le pouvoir puisque leur traitement est presque automatique. La localisation demeure cependant, un terme purement informatique qui a été créé et développé au sein d'une association professionnelle de sociétés de localisation en 1990 LISF (Localisation industry standard association). Elle illustre le parfait exemple de l'évolution du métier de la traduction puisqu'il entre dans une dimension à la fois technologique et technologisante et il suffit d'examiner les nouvelles appellations pour s'en convaincre : *« transcréateur », « teletraducteur », « spécialiste de communication multilingue ».*

La localisation a divers types de traitement sur les produits multimédias (Sites webs, logiciels, dispositifs mobiles etc…). Ces types se basent sur l'hypertexte lequel est défini comme un *« écrit d'écran »* ou comme un texte *« écranisé »* doté de quelques caractéristiques nouvelles que le texte traditionnel n'a pas. Il désigne la mise en relation directe de différentes informations textuelles ou non par des liens informatiques, bien que l'hypertexte informatique ressemble au sens propre à l'hypertexte littéraire comme souligné par Gérard Genette : *« Tout texte dérivé d'un texte antérieur par la transformation […] ou par transformation indirecte »* (Genette, 1982, p.14 cité par Yuste Frías, 2014, p. 65).

Dans la localisation, la manipulation de n'importe quelle variable d'unité verbo-iconique à traduire aura des répercussions sur l'hypertexte et, par conséquent, modifiera à coup sûr la lecture de l'hypertexte cible par le destinataire final. Les jeux vidéo constituent un sous-type particulier au sein du récit hypertextuel, ils font partie de ce qu'on appelle le *« récit hypermédia »* c'est-à-dire un récit dans lequel, en plus du texte et de l'image fixe, d'autres éléments multimédias hyperliés, tels que le son et la musique, ou l'image en mouvement sont rajoutés (cf. Yuste Frías, 2014, p. 66 et Campion, 2012, p. 53). Le jeu-vidéo, se présente comme un système de signes composé de sons, musiques, mélodies, gestes qui accompagnent l'interface constituée de l'image, de la couleur, symboles, paysages, dessins, marques, icônes etc. ; ce bloc homogène est amené à être *« localisé »* et pas simplement *« traduit ».* Ceci justifie donc une évolution terminologique, on parle d'un contenu localisé parce que le jeu-vidéo est commercialisé partout dans le monde, dans différentes aires culturelles tout comme la console laquelle est conçue en éditions (édition nord-américaine, édition européenne, édition japonaise et coréenne). Bref, le succès d'une localisation d'un jeu vidéo est tributaire d'une part, d'une bonne traduction et d'autre part, du bon traitement des éléments paratextuels ; texte et paratexte créent ensemble l'imaginaire de ce qui est communément appelé : *« the gaming experience »* (Yuste Frías, 2014 §1). Vu ce qui précède, la paratraduction se propose de rajouter un quatrième critère à la classification tripartite de Jakobson (cf. Yuste Frías, 2022b, p. 43).

L'utilisation d'images dans la traduction n'a pas pour seul et unique objectif la *« signification ».* L'image dans la traduction vise plutôt à construire des espaces symboliques imaginaires qui

peuvent être explorés et transformés pour donner un sens à la lecture et à l'interprétation de ceux qui voyagent dans le document. Ce désir d'entrer au-dedans de l'image est ancestral, un besoin inné, l'homme a toujours été curieux de tout. On se lasse tant de fois de lire « des signes » mais on se lasse beaucoup moins de voir, de contempler, et d'alimenter nos imaginaires, et la réalité virtuelle rend possible ce désir ancestral justifiant l'énorme succès des jeux-vidéo (cf. Yuste Frías, 2014, p. 71).

La narration hypermédia, fait passer le jeu vidéo d'une simple carte de navigation sur l'hypertexte à une œuvre multimédia scénarisée, cette stratégie va crescendo puisque des sagas de jeux vidéo sont réadaptées en films cinématographiques. En effet, les jeux vidéo n'ont cessé d'évoluer parallèlement à l'industrie du divertissement à laquelle la technologie de pointe a consacré toute son attention. Sur les plans apparence et jouabilité, les jeux vidéo sont passés d'environnements très textuels aux graphismes assez rudimentaires à un genre qui semble se rapprocher nettement du cinéma et de l'animation. Depuis l'époque des jeux de plateforme qui se caractérisaient par les passages de niveau à niveau jusqu'au niveau « final » *comme Super Mario Bros III des années 1990 aux Sagas Assassin's Creed, Prince of Persia, Tomb Raider, The Witcher* ou encore les emblématiques franchises *Mortal Kombat et Star Warz.* Les récents jeux vidéo sont de véritables chefs-d'œuvre, ils se caractérisent par des cinématiques très hollywoodiennes et un graphisme ultra sophistiqué, le cinéma a envahi l'univers du gaming grâce à la digitalisation (cf. Bartosz, 2019, pp. 173-174).

Selon Timothée Paez, la puissance du jeu vidéo se situe dans l'immersion : quand le joueur plonge littéralement dans ce qui se trouve en face de lui pour errer au creux d'un autre monde dans la peau d'un autre personnage, cela représente l'essence du loisir numérique. La totalité du patrimoine vidéo ludique se résume en la présence d'un univers virtuel que l'on tente de nous rendre crédible qui semble vouloir se substituer à la réalité ; tous les éléments d'animation, la construction d'interface et les sons tentent de nous plonger dans quelque chose qui nous fait sentir comme faisant partie d'un monde parallèle ; le jeu vidéo s'inscrit inévitablement dans le patrimoine artistique, du moins dans la vision plus narrative du terme (Paez, 2011, pp. 47 et 72).

Dans le jeu vidéo, cette sensation d'immersion totale dans l'expérience du gaming nous vient d'un monde tridimensionnel et interactif. Parmi les zones problématiques de la paratraduction des jeux vidéo existe la vastitude du contenu dans lequel on trouve autant d'éléments textuels, iconiques, des dialogues et des images. Dans les jeux vidéo en mode ouvert dans lesquels le joueur se sent comme téléporté dans un lieu où il acquiert quasiment un statut parallèle à sa vie réelle, il y cherche le détail, il habite l'environnement imagé et même après avoir terminé l'histoire ou l'aventure, il retente l'expérience pour améliorer ses statistiques ou explorer davantage de détails ; le fait d'en savoir un peu plus sur l'image est la raison principale de

l'immersion dans le gaming : *« la banalisation des jeux vidéo implique une nouvelle relation entre le traducteur et l'image : chaque image à l'écran est un espace ouvert qui nous invite à y entrer, à l'explorer dans ses moindres détails et à nous laisser porter par les sensations qu'elle crée »* (cf. Yuste Frías, 2014, p. 73). Pour localiser un jeu vidéo, il faut habiter dans l'image et l'explorer à travers la manipulation et l'expérimentation par le *« gaming »* et ce n'est pas surprenant que les meilleurs localisateurs soient généralement des adeptes de jeux vidéo puisque l'expérience du jeu procure davantage de compétences.

Dans ce contexte, le traducteur est qualifié d'agent paratraducteur parce qu'il n'y a pas que le texte à traiter, toute une série d'ajustements est à faire jusqu'à la décision sur le plan éditorial. Fort de sa connaissance culturelle, il peut intervenir sur des scènes particulières du jeu, dans des espaces dans lesquels il y a un code chromatique à discuter pour une meilleure réception du jeu d'un point de vue critique à tous les niveaux : jouabilité, scénario … sans oublier l'adaptation culturelle de sorte qu'il n'y ait ni offense, ni éloignement par rapport aux idéaux de la société réceptrice. Par conséquent, un traducteur ne voit pas seulement les couleurs d'une image, il regarde aussi et perçoit les couleurs d'une manière très spécifique en fonction de la langue, de la culture, du moment et du lieu du contexte de communication du jeu vidéo, selon qu'il est édité dans la culture cible (cf. Yuste Frías, 2014, p. 73).

Par conséquent, dans les hypertextes du jeu vidéo, le texte, l'image et le son construisent des unités verbo-iconiques et sonores dans le processus de localisation. Si un texte est toujours un signe à lire, dans les hypertextes des jeux vidéo, le son et l'image engendrent à eux seuls et avec une bonne contextualisation un parcours de lecture : le son et l'image produisent d'abord l'effet puis le sens ; ils invitent le traducteur/localisateur du jeu vidéo à un mode différent de lecture à la lumière du rapport texte-paratexte, qui permet de saisir la relation subtile entre les structures symboliques à établir par le son et l'image (le non verbal) avec le pur verbal. Le traducteur-localisateur du jeu vidéo, sur le plan opératoire est tout aussi responsable de la mise en vente du produit *« traduit »*, du récit hypermédia, de son organisation, sonore et visuelle que l'ingénieur du son, le musicien, l'infographe ou le développeur informatique puisque l'ensemble du personnel créateur, le traducteur y compris, opèrent toujours dans l'ambiance du défi et l'on aspire à se surpasser pour offrir quelque chose qui soit toujours bien accueilli, une méthodologie appropriée est nécessaire pour permettre au traducteur/localisateur d'avoir la possibilité de contrôler complètement tous les éléments sonores et iconiques qui définiront le jeu vidéo, s'il veut vraiment offrir au client un produit capable de rivaliser sur le marché mondial (cf. Yuste Frías, 2014, p. 66). Le jeu vidéo se présente comme une production éditoriale construite sur des éléments paratextuels indiquant la manière de l'interpréter avec sa jouabilité, c'est un objet de lecture tout comme le livre, mais que l'on traduit par écoute, par visionnage puisque c'est un

produit multimodal ; l'enjeu de la traduction se situerait dans le terrain de la réception socioculturelle voire idéologique de la société vers laquelle nous traduisons ; l'édition du jeu vidéo nous indique toujours la manière dont une société conçoit et régule la production du sens sur un jeu vidéo, que ce soit à l'écran ou hors écran, l'accueil d'un jeu comme code multisémiotique varie d'un espace à l'autre, d'une langue à une autre, en fonction de certains paratextes, c'est-à-dire en fonction d'un certain ensemble d'unités de sens verbales et non verbales (iconiques, sonores, et même tactiles). Par conséquent, le groupe TYP considère que la localisation d'un jeu vidéo repose non seulement sur la traduction de ses textes et mais aussi et surtout sur une paratraduction de ses paratextes à l'écran et hors écran, en gardant toujours à l'esprit le contexte d'usage définitif du produit vidéoludique par le joueur en rapport avec sa langue et sa culture (cf. Yuste Frías, 2014, p. 68).

La localisation des jeux vidéo, grâce à la notion de paratraduction, cherche à atteindre le degré de le plus élevé de créativité en pratique traduisante que tout simplement d'établir de simples équivalences entre deux contenus informatiques, cas dans lequel la traduction serait un travail drastique et perdrait de son essence. En portant son attention sur les paratextes, elle vise à accroître des compétences culturelles chez le traducteur du moment que les jeux vidéo portent toujours des marques culturelles qui se manifestent en symboles, en couleurs et en images fixes ou en mouvement. Dans cette perspective, les jeux vidéo sont des phénomènes sociaux qui constituent un nouveau carrefour sur lequel repose une redéfinition de notre rapport à l'image, leur succès repose précisément sur l'impression extraordinaire d'être *« dans l'image »,* de se sentir immergé en escapade quelque part loin du quotidien (cf. Yuste Frías, 2014, p. 74).

3.1.7 Paratraduire la littérature de jeunesse

Pour l'enfant, l'image arrive avant les mots, sa curiosité est axée sur ce qu'il voit avant qu'il ne parle. Qu'il sache ou pas déchiffrer les lettres de l'alphabet, c'est devant les images que l'enfant s'arrête en feuilletant un livre, le texte lui-même est pour lui une image et par excellence un langage imagé (cf. Danset-Léger, 1980, p. 41). Pourquoi les images sont insérées dans un livre se demande Pierre Alban Delannoy ? : *« L'image n'est pas employée pour ses vertus décoratives, ni même pour jouer un rôle fonctionnel précis. En revanche, elle contribue à évoquer l'album, le livre d'images, qui constitue pour l'enfant apprenti-lecteur la principale référence livresque »* (cf. Delannoy, 1981, p. 198). Quand l'enfant est non-lecteur de mots, il est déjà souvent lecteur d'images. Lire, c'est voir, la perception visuelle est la garantie de la réalité de ce qui est écrit, le toucher apporte à la perception de cette réalité la subjectivité, de la peau et de la sensibilité. Tout cela « parle » aux enfants (cf. Yuste Frías, 2011, pp. 36-37).

L'image peut, elle seule, faire l'objet de l'effort interprétatif. Certains éléments (mots, phrases) peuvent être transformés en images si l'auteur d'un album pour enfant, suivant une stratégie de

communication visuelle, décide d'accentuer des actions ou des comportements ; il appartiendra alors au traducteur de maîtriser cette stratégie et d'en assimiler les différences avec d'autres cultures. En ce sens, Paul Faucher, créateur du classique « Père Castor », disait que l'image constitue un des principaux objets de travaux de l'atelier de création de sa série en raison de sa magnifique et redoutable puissance de suggestion et de la diversité de ses emplois : image-objet, image-langage, image d'acquisition, de découverte, de comparaison, de visualisation, qui exercent souverainement leur influence sans le secours d'aucun texte (cf. Danset-Léger, 1980, p. 19). L'auteur et illustrateur américain Uri Shulevitz estime que les rôles de l'image dans l'illustration sont divers, ils peuvent être descriptifs, suggestifs (soulignant un tempérament), décoratifs (purement esthétiques) ou expressifs. Dans l'histoire racontée à l'enfant, il y toujours de l'extra rajouté par l'image qui concerne le temps, le lieu, la culture, la société ainsi que l'interaction entre caractères ; les détails visuels d'une histoire complètent et amplifient la narration (cf. Shulevitz, 1985, pp. 15-130, cité par Oittinen, Ketola et Gravini, 2018, pp. 54-56).

La traduction de la littérature pour enfants est par voie de conséquence influencée par les images d'enfants – plus exactement par la façon dont on conçoit l'enfance, les enfants et leurs besoins. Qu'il s'agisse des images de l'enfant qui prévalent dans les sociétés ou du vécu enfantin du traducteur. Le traitement des albums pour enfants est d'abord concerné par toutes les problématiques habituelles rencontrées par le traducteur notamment en ce qui concerne les faits :

1. D'envisager la traduction comme une réécriture et une relecture pour mieux aider un nouveau public dans une nouvelle culture à accueillir le produit traduit ;

2. De prendre conscience du défi de l'interprétation dans des contextes multimodaux changeants sachant que l'on accueille différemment une histoire sans illustration et une illustration sans apport textuel ;

3. D'adopter l'approche communicative orientée vers le récepteur, (c'est-à-dire cibliste) : « traduire pour communiquer et informer ». C'est sur la base des attentes du lectorat potentiel (enfants et adultes) et en fonction de leurs besoins et sur la façon dont ils réagissent au texte original que les traducteurs établissent leurs stratégies ;

4. D'être attentif d'une part à tous les détails du document à traduire ainsi qu'aux idéaux, caractérisant une société donnée, notamment les normes et les poétiques et, d'autre part, aux choix personnels et idéologiques du traducteur (cf. Oittinen, Ketola et Gravini, 2018, pp. 6-7) ;

La lecture d'un couple texte-image dans la littérature pour enfants est une expérience complexe pour la traduction. Cette complexité est due au fait qu'il faut rendre compte des subtilités dialogiques qui les lient dans les albums pour enfants. En effet, il faut distinguer entre une lecture dite esthétique et une lecture analytique ; si on lit par plaisir de lecture on est plongés dans l'histoire sans réfléchir d'emblée sur une quelconque hypothèse de traduction. En revanche, dans

la lecture analytique, on tire beaucoup de conclusions se rapportant aux fonctions du document, à la culture du public, au style, bref à tous les éléments.

En ce qui concerne l'élément visuel par exemple, les illustrateurs se basent sur certaines caractéristiques abstraites pour doter des personnes, objets ou animaux de comportements ou d'identités irréelles, fantastiques ou amusantes (une vache conduisant une voiture, un chien médecin, les tortues ninja, un arbre qui parle, une maison monstre etc.). Dans le livre d'images, tous les signes ont leur importance, les signes référentiels comme l'icône, les signes conventionnels comme le symbole ou les indexicaux créant un rapport de causalité avec un référent comme la fumée indiquant le feu, font que les éléments verbaux et visuel soient liés, le premier se réfère au second et vice-versa. Dans une telle entreprise artistique à travers laquelle on invente des *« mondes pour les enfants »*, chacun constitue la raison d'être pour l'autre (cf. Oittinen, Ketola, et Gravini, 2018, pp. 52-53-54).

En associant l'image au texte on crée une harmonisation des contraires et des rapports en contrepoint, métisses et métissants, leur présence dans un document numérique ou sur papier se fait sentir de manière simultanée, l'un accompagnant l'autre et vice-versa, chacun ayant son propre rythme de lecture; l'image qui fait partie du paratexte (un péritexte iconique) annonce la couleur, crée une atmosphère sémantique globale, elle oblige à faire *« arrêt sur elle »* pour l'explorer, la déchiffrer et la mettre en relation inter ou multisémiotique. Sur le plan verbal, l'acte traductif doit plutôt concerner les normes esthétiques des langues mises en jeu ; le traducteur doit être en mesure de connaître les *« polysystèmes littéraires »* de départ et d'arrivée pour recréer l'histoire en tant que co-auteur, de modifier les normes esthétiques de la langue dans laquelle elle a été écrite pour l'adapter au contexte littéraire de la culture d'arrivée (cf. Riachi, 2008, pp. 40-41, cité par Mitri Younes, 2014, p. 15). Le texte va à l'essentiel de l'information, il fait pousser la cadence de lecture car on veut avancer dans l'histoire, tourner la page pour connaître la suite (cf. Yuste Frías, 2011, p. 45).

Pour l'écrivaine Françoise Lepage, même si l'image et le texte entretiennent un rapport équilibré dans les albums pour enfants, c'est l'image qui passe au premier plan, le texte n'intervient que de façon particulière se contentant de rôles auxiliaires. En relayant les propos du linguiste Francis Grossmann, elle rapporte que l'image peut assurer seule la dynamique narrative et que le texte remplit le rôle d'ancrage référentiel, c'est-à-dire situer le récit dans le temps et dans l'espace, caractériser les personnages à travers le style narratif, transcrire les paroles des personnages, ou marquer un point de vue. Un énoncé mis juste en face ou à côté d'une image revêt la forme d'un commentaire évaluatif, se proposant comme solution d'interpréter une scène dans l'histoire. Suivant la stratégie mise en place par l'éditeur, l'image et le texte écrit coexistent à travers des relations dites de « conjonction » ou de « disjonction » : le texte peut, dans certains

cas, suivre page par page le déroulement chronologique de l'action et son découpage en images ou remplir une fonction dénotative en orientant la lecture de l'image d'une certaine façon, en limitant les ambiguïtés ; l'image et le texte peuvent également se superposer dans l'espace d'affichage en créant deux niveaux de lecture apparemment autonomes qui s'étalent linéairement sans qu'aucun ne rentre dans le champ de l'autre (cf. Lepage, 2003, pp. 47-48).

Sur le plan conceptuel, les livres pour enfants sont particuliers : *« comme les deux faces d'une même pièce, les livres pour enfants sont à la fois un bien culturel, d'une part ils font l'objet d'une grande consommation et sont soumis à toutes les pressions commerciales en matière d'édition et de traduction »* (cf. Yuste Frías, 2012, p. 40).

Sur le plan paratextuel, le paratexte du livre pour enfant est beaucoup plus illustratif que le texte lui-même – couleurs, textures et même les odeurs des images péritextuelles qui font beaucoup plus que simplement *« illustrer »* le texte… l'image excite l'imagination (cf. Yuste Frías, 2011, p. 41). Le paratexte regorge de péritextes iconiques, de péritextes sonores voire de péritextes olfactifs et à ce titre une des difficultés paratraductionnelles est relative au fait que l'odeur par exemple semble incorporée au péritexte iconique, tel est le cas des arômes. Cette diversité paratextuelle rend la traduction à la fois complexe et cruciale ; les éléments sonores, iconiques et olfactifs s'entremêlent dans la distribution, dans l'espace paratextuel du *« texte »* à traduire ; il faut se mettre dans la peau de l'enfant, qui, en contemplant par exemple une pomme, ne fait pas que la regarder, il la sent et veut presque la déguster, cette conception des choses devrait être conservée aussi bien dans le document original que dans le document paratraduit**,** et la diversité paratextuelle conduit *« l'agent paratraducteur »* à anticiper les conditions de réceptivité de sa paratraduction par l'enfant (voire par l'adulte qui intervient dans bien des cas dans le choix de l'enfant), ces conditions incluent le rapport à la vision du monde, à la culture etc.) (cf. Yuste Frías, 2012, p. 40).

Il s'agit d'un travail sur l'imaginaire dans lequel l'acte de traduction et par extension l'acte de paratraduction ne sont jamais aussi intenses :

> La lettre devient image, le traducteur lit et traduit. Il ne peut passer à côté des détails anthropologiques qu'il aura remarqués et ne peut ignorer au moment de la lecture, de l'interprétation et de la traduction des différentes entités iconotextuelles. Pour l'enfant se trouvant en phase d'alphabétisation, les lettres d'un texte dans un livre pour enfants sont avant tout des traits dessinés, un tel support renvoie à l'inventivité (cf. Yuste Frías, 2012, p. 41).

Sur le plan compétence, il est requis au traducteur – ou éventuellement à *« l'agent paratraducteur »* d'employer tous ses sens, comme l'ouïe, le toucher et l'odorat, l'exercice peut même être assimilé à une technique de revocalisation du document traité et de ses caractères, la revocalisation *(Ang. Revoicing)* implique que dans le processus de traduction, on prend part au

dialogue se déroulant à l'intérieur du livre d'images à traduire, on a l'impression de discuter avec tous ses caractères dans une expérience de lecture mêlant texte, image, illustration ainsi qu'un contexte au passé, au présent, ou au futur. (Oittinen R., 2010, p. 150). Très variée par ses thématiques, la littérature pour enfants (ou de jeunesse) fait appel dans sa politique de publicité éditoriale aux artistes concepteurs pour imprimer au plus haut point, dans les pages de couverture de livres pour enfants, aussi bien les images très colorées que leurs propriétés sonores et olfactives afin d'éveiller chez l'enfant l'envie de sentir et gratter l'image avec son doigt (cf. Yuste Frías, 2011, p. 38).

3.1.8 La paratraduction à l'épreuve de la bande dessinée

Une bande dessinée se présente comme un document homogène dans lequel un univers de signes peut constituer un grand signe multiforme contenant trois dimensions : une dimension paraverbale, une dimension verbale et une dimension vocale (cf. Sinagra, 2011, pp. 181-182).

1. la dimension paraverbale est composée des variations intonatives qui sont rendues graphiques et qui donnent au lecteur-regardeur l'illusion d'écouter une bande son, toute modification de ces variations au niveau de leur positionnement dans l'espace de distribution des signes dans la bande dessinée entraîne immédiatement un changement de sens, notons que les variations intonatives ou l'intonation pour faire court servent à accompagner la dimension sémantique et communicative de l'énoncé selon un dispositif de montée, de descente (Vigner, 2015, p. 59) ;

2. La dimension non verbale est composée d'éléments statiques qui peuvent concerner tout signe renvoyant à un signe qui détermine le paysage thématique : vêtements, gestes, regards, personnes, édifices, voitures, lieu particulier ;

3. La dimension vocale est représentée par l'écrit.

En bande dessinée, l'image est censée fasciner, attiser la curiosité du lecteur et fixer son regard : elle prend très souvent le pas sur le texte pour suggérer l'essentiel (cf. Yuste Frías, 2009, p. 256) ; le traducteur de la bande dessinée est enveloppé dans l'atmosphère spatiale de la B.D pour traduire non seulement le texte à ballons, mais aussi et surtout, le plaisir d'être dans l'image tout en saisissant les ressources propres à chaque image, celle-ci ne peut plus être un signe, car le modèle du signe est plutôt le modèle qui nous permet de penser notre rapport à la langue, tandis que toute marque symbolique de l'image se situant à côté du texte, sur papier ou sur écran en tant qu'élément paratextuel est en principe une stratégie de transfert d'un contenu qu'il faut lire, interpréter et traduire d'une langue à une autre (cf. Yuste Frías, 2009, p. 262).

Lorsqu'on parle de la traduction, tous les problèmes rencontrés dans la B.D sont relatifs à la fois au texte et à l'image. En effet, dans le colloque organisé en 2009 à l'université de la Sorbonne Nouvelle sur la thématique *« le tour du monde d'Astérix »*, plusieurs contributions ont souligné la complexité à traiter des traits sémantiques particuliers émanant de la fusion des deux langages :

visuel et verbal. Pour Anthea Bell, certaines plaisanteries que l'on trouve dans la bande dessinée n'ont pas de *« texte »* et l'humour est exprimé par l'image, le traducteur affronte également quelques difficultés relatives aux parodies visuelles, aux accents et aux jeux de mots porteurs de références culturelles (cf. Bell, 2011, p. 154).

Jean-Paul Mayer estime que l'image et le texte composent les stéréotypes qui fusent dans la B. D, ce sont des représentations ethniques, culturelles et sociales., indispensables dans la communication humaine ; le stéréotype touche à l'indentification et à la catégorisation ; il peut revêtir en traduction aussi bien une forme visuelle que scripturaire (cf. Mayer, 2011, pp. 170-171) ; il associe également une forme à un contenu et son enracinement culturel, il renvoie à une situation d'affirmation et de différenciation d'un groupe, il correspond communément à une idée toute faite non soumise à une analyse critique. En sémiotique, il correspond à toute une forme figée, linguistique, culturelle ou discursive introduite de manière caricaturale par les auteurs que le lecteur remarque immédiatement par les mots ou par les images (Faye, 2011, p. 196). Traduire ou « paratraduire » le stéréotype en bande dessinée implique de prendre en considération son accueil chez une autre société et la sensibilité qu'il peut générer.

Dans la bande dessinée, deux éléments fondamentaux sont à prendre en considération par le traducteur : le couple sens/référence et le couple texte/image, pour le premier cas, on peut traduire par contextualisation c'est-à-dire réfléchir sur le problème en faisant appel à notre bagage cognitif et à notre palette expressive pour le style, nous pouvons également faire une transposition référentielle sachant que la bande dessinée, avec tous ses constituants, nous présente un univers en miniature, qu'il faut transposer pour des raisons marketing dans une culture, en s'appuyant sur des références réelles ou fictives. Pour le deuxième cas, le texte et l'image entrent dans une configuration d'un système harmonisé : le texte dit ce que le dessin ne dit pas et vice-versa (cf. Mayer, 2011, p. 173). Cette harmonie peut également être un trait de complicité précisément entre le code visuel et le code linguistique, les auteurs s'appuient sur cette relation pour renforcer l'humour ; dans ce cas, le traducteur veille à ne pas altérer cette cohérence et à maintenir l'effet humoristique de toute l'histoire en maintenant une bonne synchronisation entre l'image et le texte :

> Dans la bande dessinée, toutes les informations sont transmises par le canal visuel. Il est donc important que l'ensemble *« texte-image »* soit bien structuré pour que le message soit transmis dans son intégralité. R. Mayoral définit la bande dessinée comme un type de constrained translation au même titre que le sous-titrage de films ou la traduction de textes présentant un rapport de complicité avec un autre support, que ce soit une image, de la musique ou tout autre support non textuel. Selon lui, à partir du moment où plusieurs systèmes ont une relation de complicité, le traducteur se doit d'en tenir compte comme faisant partie intégrante de l'acte de communication. Il souligne également l'extrême importance de la

> synchronisation du temps, de l'espace, du sens et du personnage avec son niveau de langue (Sinagra, 2011, p. 183).

D'autres difficultés de traduction s'ajoutent à celles des stéréotypes, celles culturelles (clichés, références à la littérature, à l'histoire, à l'art, au cinéma…) et linguistiques (jeux de mots, noms propres, accents). Le traducteur traite un document artistique dont le contenu est encodé par son auteur selon les idées du moment et les influences qui se créent à partir des brassages culturels ; il appartient au traducteur de trouver la meilleure façon de décoder et de transposer ce produit artistique dans d'autres langues ; d'ailleurs une des facettes de la complicité entre le code visuel et le code linguistique est relevée d'emblée dans certaines bandes dessinées, quand la référence iconique dans la culture du texte source est liée directement à la référence linguistique et que cette liaison ne peut être conservée pour le public de la culture cible, comme les jeux de mots et dans la dimension verbale. Plus on se heurte à une densité de références culturelles plus le traducteur doit élever le niveau de créativité (cf. Sinagra, 2011, pp. 183-191). À ce titre, l'architecture générale de la B.D est fondée sur le jeu linguistique et la convocation de

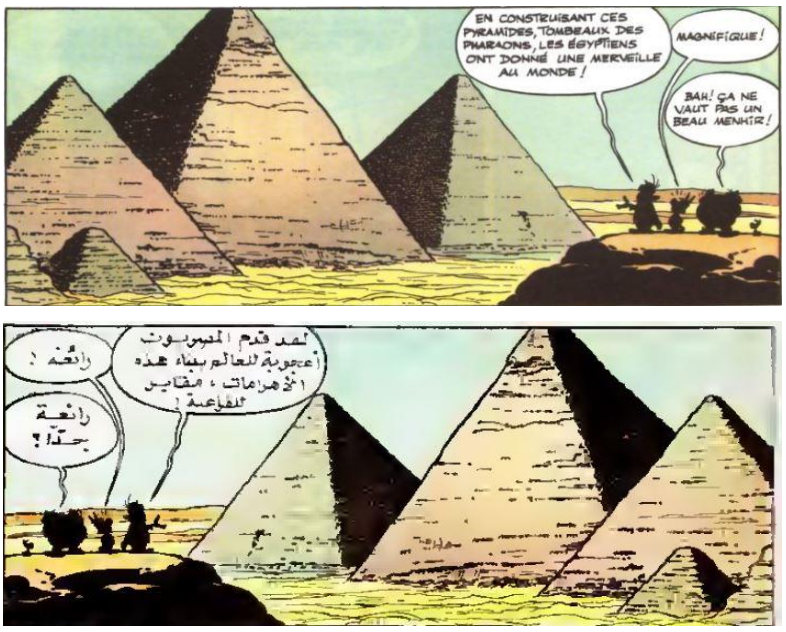


Figure 6 Astérix et Cléopâtre versions originale et traduite : exemple d'adaptation du texte

compétences de lecture et de compréhension des références culturelles qui impliquent un accord tacite entre les auteurs et les lecteurs ; l'image de l'Autre est construite sur des stéréotypes et la langue est mise au service d'une représentation comique stéréotypée de l'Autre que le traducteur va devoir restituer (cf. Faye, 2011, pp. 193-194-195).

Chaque album de B.D ressemble à un langage qui parle d'une thématique dans lequel on peut lire le sens à la fois littéral mais qui est promu voire *« accentué »* par les paramètres extérieurs du hors-texte ; en ce sens, les facteurs relatifs au hors-texte sont garants du succès ou de l'échec de

la traduction. Nous sommes bien loin des contraintes linguistiques ordinairement rencontrées. À titre d'exemple, la traduction de la collection Astérix pour les publics anglais, espagnols, ou arabes devrait démontrer jusqu'à quel degré on est capables d'affirmer une *« anglicité »,* une *« hispanité »* ou une *« arabité »* des personnages qui débarquent dans de nouveaux foyers culturels (Faye, 2011, pp. 194-195).

Pour illustrer tout cela, nous avons pris quelques exemples du sixième album d'*Astérix et Cléopâtre* paru en 1965 traduit en arabe par la maison *« dâr al maârif ».*

L'exemple ci-dessus (figure 6) montre que le traducteur a omis de rendre l'avis d'Obélix sur les pyramides d'Égypte, celui-ci, étant fier de ses origines gauloises et sans doute par sentimentalisme, ne voit pas en quoi les pyramides seraient plus belles que ses menhirs dans le pays des Gaulois ; la traduction la plus plausible en arabe d'une réplique comme : *« Bah ! ça ne vaut pas un beau menhir ! »* est « ليست بمقام صخرة جميلة من صخورنا » , mais pour assurer un meilleur accueil, le traducteur est presque obligé de déformer cet avis d'Obélix et le rendre en une formule emphatique similaire à ceux de Panoramix et Astérix qui sont tous deux admiratifs de la majestuosité des pyramides. La traduction d'Astérix et Cléopâtre, sixième album de la série et le premier traduit dans le monde arabe (Égypte) était un enjeu de taille. Selon Aida Hosny, la maison d'édition *« dâr el maârif »* a introduit Astérix pour la première fois au lectorat égyptien en traduisant le sixième album *« Astérix et Cléopâtre »* non sans perturber l'ordre de parution des traductions de la série, ce choix s'inscrivait dans un contexte culturel où l'on encourageait la production de la littérature pour enfants en s'appuyant sur la traduction avec une stratégie de familiarisation du concept au maximum sans altérer le fil narratif. Cette familiarisation concernait plus spécifiquement :

1. La suppléance de marqueurs connotatifs (notamment les répliques répétées d'Obélix sur les Égyptiens : *« ils sont fous ces égyptiens ! »* (Figure 7). À noter que la technique de modulation pluriel ↔ singulier effectuée entre l'original *« ils sont fous ces égyptiens ! on leur dit de s'écarter, et ils… »* et sa traduction en arabe : « …**إنه مجنون نقول له أن يبتعد و لكنه** » est judicieuse, puisqu'elle permet d'isoler la simplicité d'esprit d'un seul membre de la garde royale de Cléopâtre (aux yeux d'Obélix !) et ne pas l'étendre à tous les Égyptiens, ce qui constituerait une offense pour un lecteur arabe ;

2. Le rapport à la symbolique culturelle (tout objet se rattachant à l'identité et à la culture du village gaulois par des mots comme *« le gui »*, traduit par « **النبات السحري** » et *« menhirs »* traduit par « **أحجار** », « **انقال** », et « **صخور** » et d'autres expressions symboliques comme les jurons à résonnance latine *« Par Toutatis »* et *« Par Bélénos »* carrément effacés en langue cible par défaut d'équivalents convaincants ;

3. Les transformations opérées sur les noms propres : *« Idéfix »* → « **عنيدكس** », *« AssuranceTourix »* → « **فينكس** », *« Numérobis »* → « **معماريس** », → *« Tournevis »* → « **برغميس** », *« Amonbofis »* → « **لثيميس** » et sur les signifiants de nationalité : « Gaulois » → « **الفرنسيون** »À propos des noms propres, Catherine Delesse traitant dans son article la traduction des noms propres de la série Astérix en version anglaise a constaté qu'ils ont été modifiés comme dans la version arabe ; elle a relevé en outre plusieurs points en commun pour les deux versions. Partant du fait que les noms propres ont été inventés dans l'original pour créer un effet comique soit par les jeux de mots, calembours, homophonies ou par les ambiguïtés de sens, les traducteurs devaient passer par ces mêmes techniques non sans mal. Les changements s'expliquent lorsque le nom propre français par sa complexité est impossible à rendre en langue cible, ou bien parce que les traducteurs ont fait un choix plus motivé par rapport à la fonction ou au caractère du personnage en question (cf. Delesse, 2006, pp. 299-300). Quelques bonnes tournures rendent compte du talent créatif des traducteurs arabes, dans la correspondance [Numérobis → **معماريس**] le domaine qui sert de base de référence est l'architecture, idem pour la correspondance [Idéfix → **عنيدكس**] dont la base de référence est l'adjectif en arabe « **عنيد** » (têtu) lequel constitue la traduction du caractère têtu du chien d'Obélix auquel a été rajouté le suffixe du nom original « ix ».



Figure 7 Exemples renvoyant à la substitution des marqueurs connotatifs

Pour illustrer le lien fort qui existe entre le concept de paratraduction et la bande dessinée, nous avons pris encore quelques exemples de *« retours à Alger »* de Jacques Ferrandez, dessinateur, auteur et illustrateur français qui a consacré l'ensemble de sa carrière à raconter l'histoire de l'Algérie à travers les fresques [57]. Il s'est inspiré dans l'ensemble de ses œuvres sur des moments significatifs de l'histoire de l'Algérie pour dépeindre avec la création fictionnelle verbo-visuelle des paysages remarquables dans lesquels on voit l'amour, la nostalgie, la confusion, la mélancolie, la violence et la guerre déambuler à travers une mosaïque de personnages de différents horizons, offrant au lecteur-regardeur un magnifique spectacle.

Né à Alger en 1955 mais n'y ayant jamais vécu, Jacques Ferrandez dira dans une des émissions de télévision sur l'élaboration du projet *« Carnets d'orient »* : *« …il y a cette méditerranéité que j'ai au cœur »* ; il se décrit comme un auteur, romancier et scénariste qui plonge dans l'histoire algérienne en quête de réponses sur une époque révolue qui est la sienne pour revisiter des fragments de son passé.

À son retour à Alger, sa ville natale en 1993, pour la première fois, il dira qu'il s'est retrouvé dans une géographie familiarisée, dans un décor qu'il avait déjà imaginé et maîtrisé dans ses créations ; tout son travail est embaumé de questionnements, il plongeait à travers ses histoires dans la mémoire familiale d'un côté et dans la mémoire d'un espace social dans lequel il est né dont les circonstances historiques ont dû le séparer de lui.

Publié en 2006, *« Retours à Alger »,* est un ouvrage rempli d'anecdotes et d'expériences diverses. La collaboration de Jacques Ferrandez avec Rachid Mimouni à laquelle on rajoute la rencontre avec d'autres Algérois qui lui ont signifié bonne hospitalité ont donné lieu à un magnifique témoignage verbo-visuel de la Casbah d'Alger qu'il nomme *« la colline visitée ».* Signalons que Jacques Ferrandez a assuré le dessin et Rachid Mimouni la partie textuelle.

[57] Jacques Ferrandez est surtout connu pour la série *« Carnets d'orient »* en dix tomes renommée « carnets algériens » pour plus de cohérence par rapport au thème et *« suites algériennes* » ; il a aussi illustré et adapté visuellement les deux romans d'Albert Camus : *« L'étranger »* et *« Le premier homme ».*

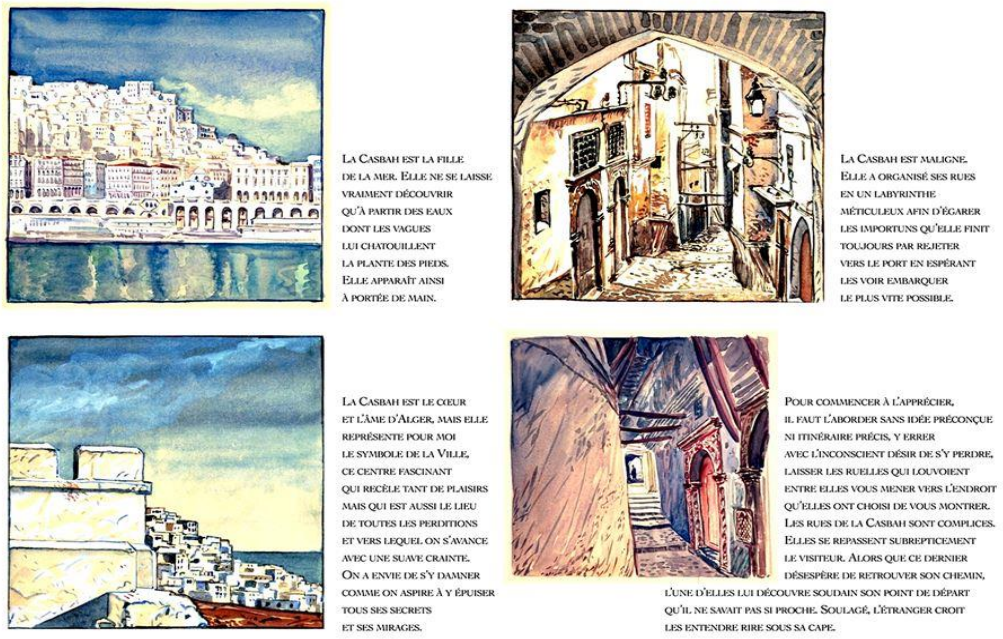
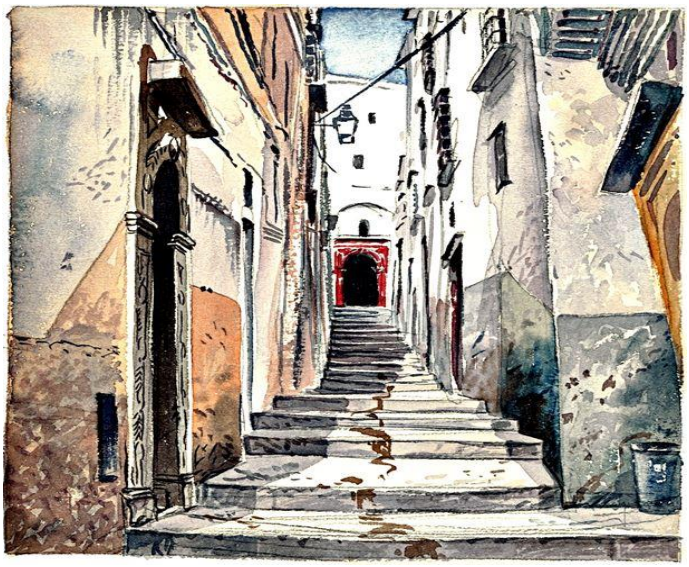


Figure 9 Extraits des récits verbo-visuels sur la Casbah *(Retours à Alger)* page 13



Figure 8 Proposition de traduction en arabe des exemples

Pour la traduction en arabe, nous avons adopté un style libre sans suivre scrupuleusement la phraséologie française. Cet exercice montre surtout le lien fort existant entre l'image et le texte sur les plans description et émotion que génère l'imaginaire de la Casbah ; le style poétique débordant de Rachid Mimouni fait parler les fresques de Jacques Ferrandez et vice-versa, les images ont de par leur mutisme et leur plasticité un pouvoir exorbitant.



القصبة تحفة معمارية فريدة من نوعها ستظل رغم قساوة الدهر على حيطانها وكرا للذين ألقت بهم الحياة في لجج الأسى واللذين يبحثون عن الراحة من كآبته.

Figure 10 Traduction en arabe



Figure 11 Deuxième exemple sur l'illustration de le Casbah *(Retours à Alger)*, page 29

La traduction de cet exemple est vraiment très particulière : il faut d'une part traiter les éléments verbaux dans le champ des problématiques de la traduction habituelle (style, phraséologie, adaptation etc.) mais aussi paratraduire le péritexte iconique c'est-à-dire l'image qui rajoute du sens aux mots lequel ne peut être laissé de côté. *Elle s'oppose au bloc textuel comme lieu métaphorique, qui emprunte sa réalité, et au monde extérieur et à l'imaginaire du lecteur* (Delannoy, 1981, p. 199). En effet, la mise en valeur de l'image avec le texte légèrement décalé en bas n'est pas une technique anodine, il s'agit de guider la lecture du document en commençant par l'image puis le texte, ou en d'autres termes, lire d'abord l'image, la décoder puis ouvrir la voie au texte

qui peut être considéré comme une légende transcrite dans l'espace de l'image qui la fait vivre (cf. Genin, 2007).

Avant même aborder la problématique de la culture en bande dessinée, tout repose sur la lecture.

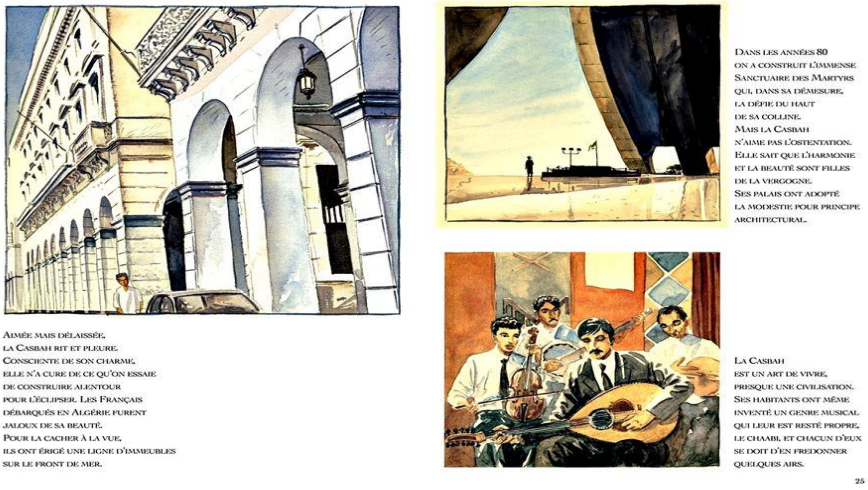


Figure 12 Suite d'exemples sur la description de la Casbah *(Retours à Alger) page 25*



Figure 13 Traduction en arabe

La bande dessinée *« c'est l'oralité mise en scène »,* cela peut être entendu comme un texte exprimé d'une autre façon pour atteindre son objectif. Elle se différencie du *« tout textuel »* par les bulles, le dessin, les illustrations et les onomatopées, mais c'est au moyen de la langue que l'on arrive à extraire le non-dit qui tourne autour des mots, les conjonctions et fusions du texte et de l'image et d'autres aspects sémiotiques appellent à développer davantage les compétences électorales. Will Eisner, un des pionniers de la bande dessinée estime que la lecture a été bouleversée depuis

l'apparition des techniques d'illustration de l'écrit (photos-romans, romans imagés, romans illustrés etc.) :

> L'objet de la lecture concernait, pendant tout le siècle dernier au moins, la littérarité … apprendre à lire … signifiait toujours… apprendre à lire des mots…cependant…le concept de lecture a été graduellement scruté. Les recherches ont montré que la lecture des mots constituait une activité secondaire relevant d'une autre activité humaine plus étendue incluant le décodage de symbole, l'appropriation et l'organisation de l'information… De ce fait, la lecture dans un sens plus large – peut être considérée comme une forme d'activité de perception, dont la lecture des mots en est une manifestation secondaire. Cette activité de perception s'étend à d'autres – comme la lecture des images, les cartes, les schémas du circuit, les notes musicales etc. (Eisner, 1985, p. 8) [Notre traduction][58]

Les entités artistiques représentées par la symétrie, la mise en perspective et les coups de pinceaux et les entités littéraires représentées par la grammaire, le bloc textuel et la syntaxe apparaissent superposés les uns sur les autres, ce qui rend la lecture de la bande dessinée à la fois un acte de perception esthétique et une quête intellectuelle ; les processus psychologiques enclenchés à travers le regard sur un mot ou sur une image sont analogues, l'illustration et la prose sont similaires de par leurs structures. Si les images se suivent et se ressemblent dans un flux narratif, elles se transforment en une véritable langue, elles acquièrent une forme littéraire, une telle application rigoureuse crée une *« grammaire de l'art séquentiel »* (ibid., p.08).



Figure 14 Pages de couverture de Carnets d'Orient – Tome 10
(Original et traduction en arabe)

[58] « For the last hundred years, the subject of reading has been connected quite directly to the concept of literacy; …learning to read…has meant to read words…but…reading has gradually come under closer scrutiny. Recent research has shown that reading of words is but a subset of much more general human activity which includes symbol decoding, information integration and organization…Indeed, reading – in the most general sense – can be thought of as a form of perceptual activity. The reading of words is one manifestation of this activity; but there are many others – the reading of pictures, maps, circuit diagrams, musical notes…» (citation originale)

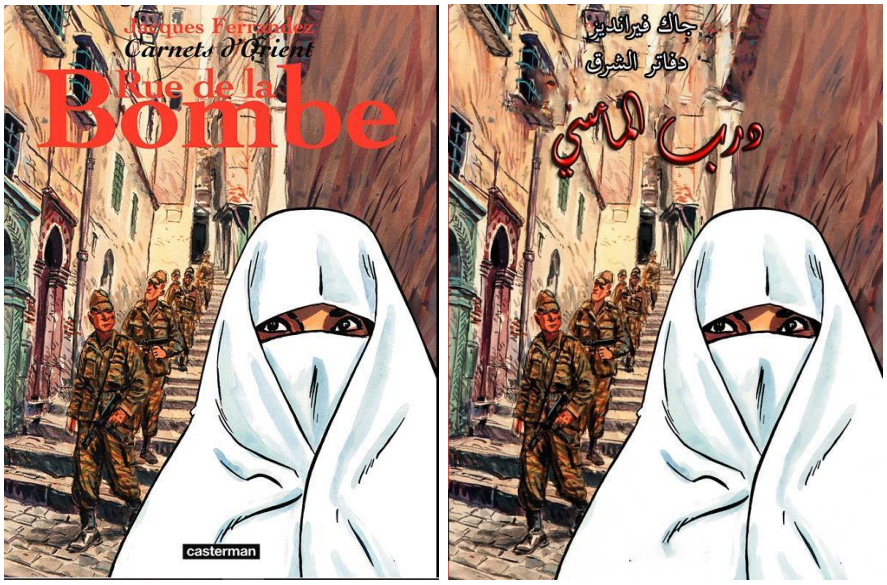


Figure 15 Page de couverture de *Carnets d'Orient* – tome 7 (Original et Traduction)

Comme nous l'avons constaté à travers les exemples (Figures 8, 9, 10, 11, 12 et 13), les paramètres qui favorisent l'hypothèse de la paratraduction sont relatifs au fait d'être emportés par le sémantisme de l'illustration qui prend le rôle du péritexte iconique conjugué au paratexte et au hors-texte, lequel englobe toute la littérature de la Casbah (poésie, histoires, chants, quotidiens de presse etc.) et la manière dont Rachid Mimouni l'a décrite à travers ses textes, et dont Jacques Ferrandez l'a dessinée : *« la Casbah fille de la mer, qui rit et qui pleure, qui n'aime pas l'ostentation, qui est consciente de sa beauté, lieu de la joie et la convivialité, de l'art du Chaâbi, mais aussi rassembleuse de personnes mélancoliques, enchagrinées etc. »* sont une preuve que les auteurs, ont projeté, à la fois par la prose et le dessin, des valeurs humaines sur des choses inanimées : *« un sanctuaire des martyrs au caractère démesuré, des palais modestes, la Casbah, fière, maligne, ses ruelles complices … ».*

Les deux derniers exemples sur lesquels on a choisi d'appliquer le concept de « paratraduction » sont les pages de couverture en français des tomes 7 et 10 de la série *« Carnets d'orient »*. Les titres sont colorés en rouge comme synonymes de violence dont l'interprétation peut être aussi bien négative que positive selon l'arrière-plan culturel activé par la lecture. Dans les deux cas, cela donnerait des *« paratraductions différentes ».* Dans la figure 14, on peut dire que le titre *« Terre fatale »* est entouré d'indices verbaux qui nous plongent dans un cadre spatio-temporel précis : *« Algérie française », « OAS vaincra »*, et *« vive l'Algérie et vive le FLN »*, leur éparpillement dans l'espace de l'image dépeint une scène de chaos et celui-ci peut être doublement interprété. Si on reste dans le fil conducteur de l'auteur, la traduction du titre *« terre fatale »* est logiquement « أرض مشؤومة » en supposant qu'il a projeté à travers le dessin son propre vécu ou celui de sa famille qui est née et

a grandi en terre colonisée. En revanche, si on opte pour la familiarisation, l'on proposera comme traduction« جمر الثورة » ne serait-ce que pour conserver la couleur du titre original. Une autre alternative nous mènerait à prendre comme base référentielle la fumée très noirâtre pour concilier dans un seul titre le noir et le rouge, tout deux symboles du feu, de guerre, de violence et de tristesse : « نيران الثورة ».

Il importe de souligner à travers l'analyse de ces exemples que toutes les caractéristiques de la paratraduction citées plus haut dans ce chapitre sont réunies : l'image en tant que péritexte iconique distribue ses cartes selon la ligne pragmatique voulue par le lecteur, autrement dit chacun la lit et la comprend selon son propre prisme nourri par son appartenance sociale, son niveau d'intellection et son idéologie; les indices verbaux constituent le réseau paratextuel et marquent l'opposition entre deux camps : les indigènes et les autorités coloniales dans un même espace de lutte ; le tout, c'est-à-dire, les personnages au centre, la fumée, les manifestants, la voiture saccagée, le drapeau algérien constituent le contexte de guerre qui se prolonge vers le hors texte, lequel s'étend à son tour au flux historique, culturel et social qui alimente d'une manière ou d'une autre la production d'un tel document.

Dans le second exemple (figure 15), on retrouve la même ambiance de guerre et précisément une des descentes de l'armée coloniale dans les ruelles étroites de la Casbah. La dame (voire même l'homme !) en *« haïk »,* les troupes de l'armée, la ruelle de la Casbah, fief de la résistance du FLN, sont la cause du titre coloré en rouge ; le hors texte peut renvoyer aux multiples attentats perpétrés par les militants nationalistes. Pour comprendre l'image ici, il faut mettre en mouvement ses constituants à la manière d'une séquence vidéo, il faut représenter la scène au-dedans de l'image : on verrait par exemple, les troupes avancer lentement prêt au combat ; la dame en haïk, flairant la menace du capitaine par ses agissements ou par son regard, pressera le pas pour aller raconter sa petite aventure, ou se cacher et prévenir ses comparses si elle est militante du FLN ; si l'on a un moudjahid déguisé en Haïk, on supposera qu'il ne pressera pas le pas comme dans l'hypothèse d'une dame, mais tirera sur la troupe, ou lancera une grenade, ou sa bombe…, plusieurs scénarios sont donc possibles, ces hypothèses accentuent le choix d'un tel titre *« rue de la bombe »,* le titre est suffisamment édifiant pour renvoyer aux protagonistes décrits. Le hors-texte grâce à l'image nous aide à tisser comme le texte ces hypothèses et constitue donc le point de départ de cette réflexion paratraductive. Ces détails procurent plus de pertinence à la recherche du sens, si l'on traduit le titre séparément de l'image, on aurait par exemple « شارع القنبلة », mais l'image nous met dans une dimension spatiale qui nous précise plutôt que c'est un *« derb »* qui est le théâtre de l'intrigue et non une simple rue ; le *« derb »* a une connotation de

communauté, de terrain familier où les gens se connaissent entre eux et entretiennent des relations de voisinage très intenses d'où le choix de la paratraduction : « درب المآسي ».

De ce qui précède, il convient de dire qu'on trouve dans le champ la bande dessinée – même si celui-ci n'est pas tout à fait inconnu au public – toutes les problématiques les plus diverses relatives au traitement des éléments non verbaux parmi lesquels l'image est le noyau central, la traduction de la bande dessinée nécessite une approche créative compte tenu des défis auxquels elle est confronté (exemple rapprochement culturel, familiarisation défamiliarisation, les défis de l'édition … ; le concept de la paratraduction de la bande dessinée a surtout insisté sur la non-universalité de l'image qui influence la pratique traduisante comme affirmé par José Frías, et aussi par d'autres spécialistes comme Benoît Berthoux, spécialiste de la culture graphique : *« Étudier la traduction de bandes dessinées nous invite tout d'abord à rompre avec l'idée d'une image qui, empreinte d'une certaine universalité, serait aisément à même de faire fi de toutes sortes de frontières »* (Berthou, 2016, Chap. V, §2).

La réflexion sur le hors-texte dans la bande dessinée qui fait un usage soutenu d'images peut être imaginée comme un réservoir contenant des idées qui changent ou qui se regénèrent en fonction de l'inspiration de l'agent para-traducteur, Autrement dit, le hors texte constitue le début de l'entreprise paratraductive, l'avant-projet et toute la grande circonstance de lecture, puis vient le contexte qui se rapproche des détails de l'histoire, puis le paratexte incluant le péritexte iconique, (l'image qui accompagne le texte). Dans son étude sur la matérialité du texte, et sur ce qu'elle nomme *« le texte-objet »* la littéraire et psychologue Rozenn Guibert estime que l'écrit n'est pas un objet clos. Il est, de par son ancrage dans des situations d'énonciation et sa circulation, un objet symbolique à interpréter, qui modifie par ses interprétations possibles les rapports sociaux, ce qui s'apparente au discours. Par conséquent le hors-texte et le discours sont des notions assez rapprochées (cf. Guibert, 2003, p. 72). Quant à la matérialité du texte, pour l'auteur, elle s'étend au-delà de l'écrit, à l'iconographie et la gestuelle etc., c'est-à-dire à partir des mots qui sont concernés par les attributions graphiques et phoniques, par les phrases et les textes et les poèmes qui donnent des rimes. Ils sont également concernés par les convenances de rédaction (alinéas, retraits, sauts de lignes, de page) qui rentrent dans la mise en forme laquelle met en évidence la structure du texte pour faciliter sa lecture et sa compréhension, le péritexte se situant dans la sphère textuelle pour présenter les caractéristiques qui l'enveloppent et l'entourent comme la page de garde, la préface, la bibliographie etc… le hors-texte, même si on le voit pas dans une production verbale ou iconique précise, il reste dans la sphère culturelle à partir de laquelle on conçoit les stratégies de documentation verbale et iconique (cf. Guibert, 2003, pp. 72-75).

3.1.9 La dimension sociale de la paratraduction

Les phénomènes paratextuels sont de nature sociale et anthropologique et participent, avec le texte, non seulement à la construction du sens de l'œuvre éditée, mais aussi à la traduction du texte lui-même et surtout à l'élaboration d'un nouveau regard sur l'activité traduisante. Ce que l'on entend par *« frontière »,* c'est l'existence d'un seuil entre le traduisible ordinaire (le texte) et le non-traduisible lequel se porte candidat à la traduisibilité ; le seuil sépare *« matériellement »* le texte et tout ce qui est laissé *« à côté »,* mais *« virtuellement »,* il appartient au paratraducteur de réunir tout code sémiotique ces éléments d'*« à côté »,* exerçant une influence sur la réception d'un support de communication : texte, document visuel, sonore etc. (cf, Yuste Frías , 2012, p. 436).

La prise en compte du seuil à travers la paratraduction permet d'apprécier l'autre et surtout de comprendre les circonstances de son existence et de son interaction avec nous. La vision centralisée inhibe le pouvoir de la créativité. Autrement dit, en matière de traduction, si l'on ne prend que ce qui nous intéresse cela serait synonyme de trahison, au premier plan d'abord envers l'éthique de communication et, ensuite, un manque de considération envers l'autre. Dans les pays cosmopolites, certaines déclarations de personnalités politiques sont beaucoup plus susceptibles d'être taxées de dérapage, de contradiction ou de glissement et de communication caricaturale sciemment élaborée pour heurter les sensibilités d'une minorité visée ; les tensions qui s'ensuivent sont le résultat d'un rapport de force entre classe sociale dominante avec ses idéaux et d'autres classes populaires qui tentent de s'affirmer avec leurs idéaux aussi ; en cela le fameux concept du *« vivre ensemble »*, n'a jamais été aussi remanié et constamment changé en temps et en heure ! ; à travers la traduction, dans ce cadre précis, la notion de seuil doit vraiment être prise en considération. Puisque toutes les productions textuelles et paratextuelles doivent être *« paratraduites »* au sein du même espace à des publics aux idéaux divergents :

> « La mentalité du centre comme seul critère de sélection est à la base de la revendication de l'existence d'une identité unique pour une seule langue, une seule culture, un seul peuple, une seule nation revendiquant toujours des origines bien précises et pas d'autres. L'essentialisation des concepts ou des notions n'a jamais facilité la traduction entre les langues et les cultures bien au contraire » (Yuste Frías, 2012, p. 438).

Le hors-texte, encore une fois, est la frontière physique et culturelle, là où se produit une médiation, qui tente de briser les barrières culturelles au moyen de laquelle on essaye d'adapter au maximum le volet linguistique à la compréhension mutuelle des intervenants de l'échange (par exemple, lors d'une séance d'interprétation entre un travailleur social et un usager issu de l'immigration sur des sujets relatifs au quotidien, travail, emploi, logement, santé, éducation etc.) ; l'intérêt porté au hors-texte conduit le traducteur-interprète à explorer les différents seuils de communication interculturelle pour développer sa palette expressive. Régine Robin, explique à

ce sujet, que les effets du hors-texte assurent la densité du texte et dessinent autour de lui l'espace de référence socio-culturelle qu'il suppose à l'intérieur duquel il est ce qu'il est. Les effets du hors-texte sont d'une extrême importance, en cas de transformation ou de mutation du *« cotexte »* entendu comme discours social, les effets du hors-texte changent aussi et peuvent être lus autrement, ce qui affecte l'interprétation du texte lui-même, le statut du texte est fixé par le hors-texte qui ne se lit certes pas mais qui est saisi et qui circule, et par le discours social (le cotexte) (cf. Robin, 1992, p. 104).

Par ailleurs, certains points relatifs à l'espace du hors-texte méritent qu'on s'y arrête et qu'on les représente en mémoire, comme la signalétique, les noms de rue et des grandes places dans les villes porteuses de représentations culturellement bien ancrées dans les populations locales. La notion du hors-texte regroupe aussi bien l'opération de la traduction que les conditions d'exercice du métier du traducteur lui-même puisqu'il ne peut être agent neutre dans la chaîne : instance émettrice, instance réceptrice, culture, communication, à ce propos Yusté Frías déclare :

> « La notion de paratraduction à travers le « hors-texte » vérifie où, quand, comment et pourquoi, différents agents paratraducteurs avec leurs différentes langues, cultures, politiques, et idéologies s'approprient les murs et autres espaces extérieurs urbains visibles pour traduire leur identité, défier l'adversaire, signaler les conflits sociaux ou faire appel à la solidarité en utilisant leur propre langue et/ou en traduisant la langue de l'autre. Nous considérons les quartiers à forte présence d'immigrés, comme des espaces urbains dotés d'une grande expressivité et d'une créativité multilingue digne d'être décrits et valorisés par quelqu'un qui agit, d'une certaine manière, comme un médiateur interculturel : le traducteur » (Yuste Frías, 2012, p. 440).

D'un point de vue éthique, les différentes cultures doivent être rapprochées par la traduction en conservant, dans l'exercice, les appartenances respectives au sein d'un même espace, ou en faisant en sorte qu'elles ne fassent pas l'objet d'une confrontation réelle au vrai sens du terme. La traduction dans la dimension multiculturelle, interculturelle ou transculturelle, est un processus qui encourage l'altérité et l'écoute de l'autre en supprimant les marques d'extrémité ou d'opposition, en lui donnant libre accès à un espace mondialisé, en augmentant considérablement ses possibilités d'expression ainsi que son identité propre. Par la traduction, on rappelle aux locuteurs d'une langue donnée qu'il est possible de lire le monde d'une autre façon, avec un autre accent, avec d'autres couleurs, faire entendre une autre voix dans sa propre langue, y faire entrer de l'étrangeté qui enrichira les possibilités de l'expression et l'identité du sujet, l'existence de soi n'a de valeur qu'avec la reconnaissance de l'autre (cf. Laplantine et Nouss, 1997, p.41 cités par Yuste Frías, 2020, p. 880).

3.1.10 Paratraduction, transcréation et publicité

Il existe des textes auxquels nous reconnaissons une qualité esthétique parce qu'ils rendent particulièrement pertinentes non seulement la substance linguistique mais aussi la substance extralinguistique, et c'est parce qu'ils présentent ces caractéristiques qu'ils sont selon Jakobson autoréflexifs (Eco, 2006, p. 332), la traduction publicitaire constitue le parfait exemple pour illustrer des opérations de ce type.

Pour les créateurs publicitaires, l'image est un matériau dans lequel on taillera pour façonner un mot ou une phrase. Sur le plan de l'authenticité, l'image est garante d'authenticité tout comme le texte. Autrefois on disait : *« c'est vrai », « c'est écrit »* ; aujourd'hui, on pense : *« c'est photographié donc, c'est vrai ».* Il est vrai que, jour après jour, au rythme des publications quotidiennes, dans les salles de rédaction et dans les laboratoires photographiques, un travail opiniâtre se poursuit, ce travail étant confronté à un enjeu financier c'est aussi de réussir le coup de com ! autrement dit, il faut dire le plus de choses possibles dans le moins de place possible, accrocher, l'attention et transmettre le message instantanément grâce à la lecture globale que seule permet l'image (cf. Plécy, 1971, pp. 194-195).

> Penser à traduire de l'image en publicité, c'est prendre conscience que voir n'est pas la même chose que regarder ou percevoir, que lire et comprendre n'est pas la même chose qu'interpréter. Traduire l'image dans la perspective de la paratraduction signifie que nous pouvons commencer à voir du sens là où jusqu'à présent nous voyions des choses apparemment secondaires ou insignifiantes parce que nous croyions naïvement qu'elles n'accompagnaient que la chose la plus importante dans la traduction : le texte. […] Or, par la paratraduction, on donne de l'importance à chaque élément paratextuel (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 159).

La publicité signifie tout bonnement *« rendre public »* ; pour vendre un produit il suffit de l'argumenter par la langue (slogan) et le mettre en valeur (esthétiquement), et il semble patent d'étudier les mécanismes permettant de créer le message publicitaire et de mettre en exergue le rapport entre le *« connotatif »* et le *« dénotatif »*, entre la linguistique et l'extralinguistique.

La pratique de la traduction en milieu publicitaire est corollaire à l'argumentation. En évoquant celle-ci, on passe par une double voie : *« l'argumentation en langue »* et *« l'argumentation par l'image ».* Dans ce registre**,** Nous nous sommes inspirés de l'article d'Abou Bakr Al Azzaoui intitulé « الحجاج و الصورة الاشهارية » [tr : l'argumentation et l'image publicitaire] pour étudier le processus d'argumentation publicitaire, article dans lequel il s'est appuyé sur deux fondements théoriques : *« La structure conceptuelle »* développée par le sémioticien américain Ray Jackendoff et *« la théorie de l'argumentation en langue »* (cf. Al Azzaoui, 1997, p. 76).

L'argumentation en langue se démarque du conglomérat de préceptes classiques philosophiques sur l'articulation de la parole et les techniques de persuasion d'un auditoire. Bien

que le sens du mot *« argumenter »* demeure toujours rattaché au *« faire croire »,* ou *« faire adhérer l'auditoire à une thèse défendue par la logique et la déduction »*, dans le champ linguistique, l'argumentation se borne à étudier l'enchaînement des constituants de la langue lesquels sont eux même outils *« argumentatifs »* qui rendent compte de son fonctionnement propre :

> L'argumentation fait partie de la signification même des mots et des énoncés, elle n'est pas un raisonnement (la manifestation d'un logos), mais une unité sémantique fondamentale. L'argumentation linguistique ne consiste pas en un *« faire croire »* finalité rhétorique, mais en un *« faire faire »* ou plus précisément en un *« faire dire »*, elle exerce une action sur l'interlocuteur en imposant les suites discursives possibles […] L'argumentativité est constitutive de la langue, la signification des expressions linguistiques est donnée dans des enchaînements argumentatifs (cf. Salsmann, 2009, p. 98).

Le principe d'argumentation en langue repose sur l'adéquation d'un énoncé dans tous ses niveaux, grammatical, sémantique et pragmatique à une réalité envisagée à travers un acte de communication censée influer sur un destinataire, mais cela s'opère en ayant conscience des contraintes linguistiques :

> «…On prend en considération le fait que l'emploi d'une phrase est un phénomène interindividuel, un évènement dans l'histoire des relations entre plusieurs individus : le locuteur l'emploie parce que la situation où il se trouve face aux personnes qui l'entourent (destinataires et auditeurs) l'amène, ou au moins, l'autorise, à le faire ; et s'il l'emploie, c'est d'autre part qu'il cherche, grâce à elle, à produire un certain effet, sur ceux à qui ou pour qui il parle…» (Anscombre et Oswald, 1976, p. 5)

On peut décortiquer le schéma argumentatif d'un énoncé comme suit :

1. Sur le plan grammatical, on s'attend d'un énoncé qu'il soit conforme aux convenances scripturaires c'est-à-dire doté d'une structure grammaticale correcte.

2. Sur le plan sémantique, on s'attendra qu'il fasse sens, et qu'il donne une information intelligible.

3. Sur le plan pragmatique, on s'attendra qu'il produise un effet (cf. Ibid., p.6).

Oswald Ducrot explique que l'argumentation linguistique se résume en une liaison entre deux segments *(A et C)* par un connecteur logique de type *« donc, alors, ou par conséquent »*, que le segment *A* est un argument et le *C* est une conclusion ; dans un enchaînement argumentatif, l'idée de base est articulée par *« A donc C »*, le sens de l'argument *A* est vu comme conduisant à *C* ; le sens de l'argument *A* contient en lui-même l'indication qu'il doit être complété par *C,* sa conclusion. Ainsi, le sens de *A* ne peut pas se définir indépendamment du fait que *A* est vu comme conduisant à *C* (cf. Ducrot, 2004, pp. 19-22).

Pour exemplifier cela, il existe un rapport de condition, de démonstration et déduction logique entre deux segments interdépendants *« il fait beau » et « sortons nous promener »* formant une relation argumentative. Si on dit par exemple : *« Il fait beau, sortons nous promener »*. Cette relation constitue une *« unité sémantique fondamentale »* Le premier syntagme verbal : *« il fait beau »* est l'argument conduisant à la conclusion du second syntagme *« sortons nous promener »*. Si on rajoute un connecteur logique de type *« donc »*, le premier segment prolongerait le second segment sans le justifier (cf. Salsmann, 2009, p.100).

Par ailleurs, on peut envisager une autre explication de cette relation argumentative avec un peu plus d'ouverture à un contexte extralinguistique ; le premier syntagme est une constatation d'un fait naturel et dans la majorité des cas si ce n'est dans 99 % des cas, cette constatation joue aussi le rôle de contexte référentiel qui appelle une phrase qui le renforce en s'appuyant sur son énoncé qui le valide. Par conséquent, *« Il fait beau »* est une condition et un argument ; le vouloir dire de *« il fait beau »* est considéré comme contexte conceptuel qui conclut la phrase : *« sortons nous promener »* (cf. Al Azzaoui, 1997, p. 77).

Comment peut-on dupliquer cet enchaînement simple en langue naturelle en milieu publicitaire ? Les éléments iconiques peuvent-ils être considérés comme des éléments d'argumentation de par leur distribution dans l'espace ou dans le cadre de l'image ?

Tout d'abord, l'argumentation du texte en publicité est élevée au rang d'une argumentation rhétorique, laquelle fait appel à l'extralinguistique ; elle tient compte de la situation d'énonciation et d'un contexte environnant propice à des récepteurs ciblés. La rhétorique se définit comme l'art d'agir et de persuader par le discours (cf. Bourkhis, 2012, p. 17). Le discours persuasif repose sur un logos *« la matière discursive »* et ne cherche pas plus à convaincre par l'argumentation (en premier lieu) à propos de l'énoncé qu'à rallier l'auditoire à la chose défendue, son but est donc de *« séduire »* et *d'« émouvoir »* pour mieux convaincre (cf. Salsmann, 2009, pp. 99-100).

La rhétorique rentre dans la théorie du discours ; elle est à la fois un métalangage, une science et une technique : un métalangage dans la mesure où elle met en place un langage qui éclaire sur un langage en le décrivant, en l'explicitant, en l'innovant par la création stylistique ou la création de formules inédites, en essayant diverses relations possibles ; une science parce qu'elle définit dans ses traités les différents effets de la parole en distinguant par exemple le langage argumentatif et le langage émotif, séduisant ; une technique, car elle forge des figures de rhétorique permettant une réalisation d'un exercice de la parole (cf. Bertrand, 1999, p. 36).

Le texte publicitaire est à la fois épidictique et délibératif ; son but est de consolider l'adhésion à des valeurs partagées, le caractère épidictique se situe directement dans la part descriptive du message publicitaire dans lequel on emploie des figures rhétoriques comme l'hyperbole, l'euphorie pour souligner un conseil d'achat (cf. Bonhomme et Adam, 2012, pp. 123-126). La

valeur pragmatique d'un slogan publicitaire, écrit Dominique Maingueneau, se trouve dans la suggestion qui relève du genre délibératif ; le slogan tend à fixer dans la mémoire des consommateurs potentiels l'association d'une marque et d'un argument d'achat (cf. Maingueneau, 2021, p. 121).

L'image, au sein du dispositif stratégique publicitaire établit un cadre argumentatif différent de celui du texte ; elle se caractérise par sa *« topographie »* ouverte et spatialisée, contrairement au texte lequel est doté d'une syntaxe ; elle s'appuie également sur sa *« plasticité »* avec ses composantes chromatiques et géométriques (formes et couleurs), à la différence du texte lequel est articulé par le langage ; si le texte dispose d'un lexique renvoyant à une thématique abordée (langue de spécialité par exemple), l'image a des *« unités figuratives »* multiformes difficiles à classer (cf. Bonhomme et Adam, 2012, Chap. VIII, §1)

Le discours argumentatif, selon plusieurs logiciens, linguistes, rhétoriciens et philosophes, consiste à ressembler un maximum de *« topoï »* visant à conduire à une situation de résultats logiques des tenants de ce même discours et peut être sur le plan pragmatique ces topoï sont là pour influer sur les destinataires ou récepteurs. Pour élargir cette question le sémioticien américain Ray Jackendoff, (cité par Al Azzaoui, 1997, p. 80) propose un examen sur le plan communicationnel du moment que la communication englobe tous les signes, linguistiques et non linguistiques et partant, nous pouvons communiquer aussi bien par le non verbal que par le verbal. Il parle précisément de structure conceptuelle ; celle-ci se situerait dans la phrase au moment de son déchiffrage. Disons, quel que soit le signe étudié, il doit d'abord passer par une étude conceptuelle pouvant être expliquée par la langue naturelle.



Figure 16 Exemple d'une publicité de la compagnie Costa Croisières

Dans un slogan publicitaire, on trouve tous les arguments possibles conduisant un client potentiel à acheter le produit vanté en l'invitant à l'utiliser ou à le tester**,** et tout dépend du contexte culturel et communicationnel en général ; l'image publicitaire à la différence des slogans, nécessite un examen approfondi pour comprendre son mécanisme d'argumentation.

Dans l'exemple ci-dessus, on montre la mer, l'eau turquoise, un paquebot luxueux, le sable blanc, les villes visitées et d'autres photos montrant les multitudes de services à bord. Tous ces éléments font travailler l'imaginaire de celui ou celle qui seront tentés d'acheter le pack (pour se lancer dans l'aventure). Ces constituants de l'image et leur distribution dans l'affiche sont les arguments qui vont vers le résultat escompté **:** ce mécanisme peut être nommé argumentation iconique. Cependant, en travaillant sur de tels exercices, on ne peut s'empêcher de penser au rôle des icônes et au slogan en même temps. Remplissent-ils les mêmes fonctions ? existe-t-il une fonction spécifique pour chacun des éléments en question ?

L'image nous guide à effectuer une série d'ajustements donnant lieu à des cadres cognitifs et référentiels pour comprendre ce que dévoilent ses constituants qu'on peut classer par ordre d'importance à défaut d'un complément linguistique. À travers cet exemple, en mettant de côté le slogan comme complément « linguistique », l'image se veut à elle seule transmettrice de sens par ce qui se dégage des cadres cognitifs et référentiels qui sont les suivants : paquebot de rêve, le code chromatique englobant l'eau turquoise, le bord de la mer, qui tout deux renvoient à l'esthétique paradisiaque comme si elle s'adressait « verbalement » à celui qui la regarde : *« Vous qui aimez le luxe, cela est fait pour vous ! »* ou encore : *« Offrez-vous le luxe ! ».*

Une lecture de l'image publicitaire, connotée positivement, peut donner lieu à une multitude de productions linguistiques différentes du moment que tout membre de la société sera amené à adapter cette positivité à son propre contexte socioculturel lié à sa profession, à son rang social, à son idéologie, son niveau d'éducation etc.

Les éléments iconiques dans cet exemple se suffisent à eux-mêmes. Ils produisent le sens à travers une nature argumentative apparente. Toute valeur négative pervertirait la cohésion générale de la distribution de ces icônes. On attribue des valeurs *« positives »* ou *« négatives »* à certaines images grâce au contexte conceptuel cognitif (exemplifier), car ni l'image ni ses constituants ne peuvent être négatifs ou positifs au niveau intrinsèque mais seulement à partir du moment où elles acquièrent une nature argumentative, après l'intervention humaine elles ont une fonction pragmatique parce qu'elles ont un but. Dans la majorité des images publicitaires accompagnées de textes, la nature argumentative est complémentaire entre les systèmes sémiotiques quel que soit l'itinéraire argumentatif emprunté.

Focalisons-nous toujours sur l'exemple ci-dessus, mais en mettant cette fois en valeur tous ses détails notamment la femme à côté d'un garçon (qui semble être son fils), se tenant les mains et

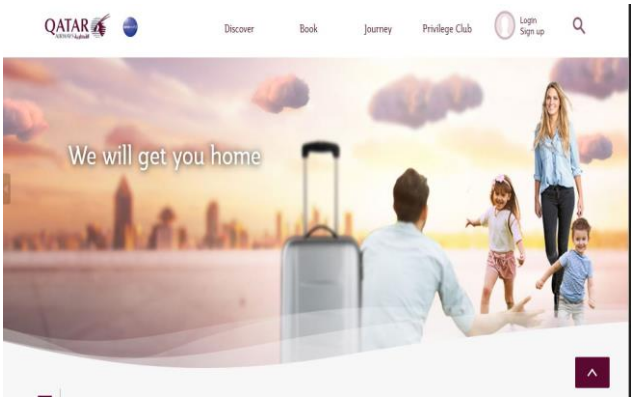


Figure 17 Annonce publicitaire de Qatar Airways durant la pandémie du Covid-19

tous deux regardant de loin le majestueux paquebot faire sa révérence près de la côte, le mot *« felicità »* ainsi que l'icône *« Costa »* composent le volet linguistique.

D'abord, il ressort de l'argumentation générale de l'image que la femme, le garçon et le paquebot qui fait sa révérence sont un modèle culturel appartenant à une tradition purement italienne dans la tradition d'organisation des croisières à travers le monde et pour approfondir les choses, la jeune femme en tenue de soirée coïncide avec le code chromatique de l'image qui montre le passage du paquebot à un moment clé de la journée de la croisière : le soir.

En effet, le soir constitue le moment de détente le plus attendu après une longue journée d'activités ludiques ou de baignades dans la piscine etc., tous les voyageurs à bord se retrouvent le soir pour dîner et danser et assister à un concert, à un spectacle de comédie. Le choix du code chromatique renvoyant au crépuscule est justifié par le fait que le paquebot apparaît sous toutes ses belles lumières au moment où l'obscurité commence.

« Felicità » est un mot italien qui veut dire « bonheur ». Par conséquent, les éléments iconiques complètent l'élément verbal en formant les deux principales structures sémiotiques de l'annonce : la jeune femme + le petit garçon + le paquebot + le code chromatique dans une distribution générale qui constitue le propre de l'argumentation iconique principale renvoyant au groupe Costa. *Felecità* est une création italienne et par conséquent, ce que dit le mot, les icones l'attestent dans une complémentarité dans l'argumentation : concept + moyen.

Le deuxième exemple (figure 17) est une annonce de la compagnie aérienne Qatar Airways expliquant, dans un discours prônant l'assurance, les modalités à suivre pour les passagers restés bloqués dans les aéroports internationaux suite aux fermetures des espaces aériens en pleine pandémie. Le contexte d'énonciation est particulier, il ne s'agit pas d'un cadre communicationnel sollicitatif qui s'adresse à un destinataire qui ne l'attend pas comme il en est d'habitude en publicité ordinaire (cf. Bonhomme et Adam, 2012, Chap. I, §1), mais d'un contexte de crise sanitaire. Le rôle de l'énonciateur est de mettre en œuvre ses atouts gagnés par la fidélisation de

ses clients, en leur venant au secours et en leur proposant des solutions de rapatriement chez eux, d'où l'argument linguistique qui renvoie à un sentiment de soulagement et d'assurance. Le paysage général de tous les constituants de l'image connote un cadre affectif, si on commence la lecture de droite à gauche, on peut dire que les éléments iconiques réunis en une famille attendant le retour du père sont l'argument et la condition de l'inscription du code verbal *« we will get you home »* en couleur blanche synonyme de sécurité et d'assurance, le code chromatique est toujours relatif aux indications officielles de la compagnie et du pays. Tout ce paysage peut être réparti comme suit : le slogan associé à la famille + la valise comme objet-référent du voyage constituent *« le plan locutoire »* ; la mise en mouvement des constituants de l'image avec l'arrière-plan (le crépuscule lequel peut connoter la fin d'une journée de crise, de crispation, de longue attente…) constitue *« un plan illocutoire »*, tandis que la réaction du public concerné (ici ce sont les passagers de la compagnie bloqués dans les aéroports) constitue *« un plan perlocutoire ».* Donc, si l'on doit paratraduire cette affiche, il faut s'appuyer sur toute l'argumentation iconique pour formuler un message comme : « ستسعد برؤيتهم مجدّدا », une traduction qui satisfait selon nous toutes les conditions de la communication d'un point de vue contextuel et argumentatif.

Ces exemples démontrent parfaitement que les trois quarts des informations reçues par celui qui regarde une affiche publicitaire sont visuels. La publicité favorise une priorité formelle et sémantique de l'image : en examinant les affiches en grand format, ex : 120 x 80 cm, la coloration intense, la composition iconique, les caractères typographiques etc. ces éléments essentiels des documents publicitaires confirment catégoriquement que le visible est nettement supérieur au lisible. La dimension visuelle et matérielle de la rédaction publicitaire implique que tout professionnel de la traduction soit conscient de chaque détail graphique de la mise en page du texte et de chacun de ses détails visuels de la typographie utilisée pour composer le texte publicitaire. La pertinence du contenu publicitaire dépend de ces infimes détails. Si l'on tient compte du fait qu'on regarde le document avant même de le lire, il nous invite à découvrir son existence matérielle (cf. Yuste Frías, 2008b, pp. 147-148).

3.1.10.1.1 Exemple d'une paratraduction du logo de Carrefour

Pour la paratraduction, le texte, le paratexte et l'image comme péritexte iconique sont les éléments les plus illustratifs du concept de paratraduction. Ils rentrent tous deux dans des phases fondamentales de création publicitaire :

1. Une phase d'internationalisation (d'un concept ou d'un pack en général).
2. Une phase de localisation (introduction de ce concept dans une société donnée pour ouvrir la voie à la commercialisation du produit) (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 149).

Internationaliser c'est étendre des modèles d'entreprise à grande échelle, tel est l'objectif des groupes économiques majeurs. La publicité aide à diffuser la culture, l'économie, le social, l'idéologie à travers les *« TAP »*. La publicité internationale est une stratégie économique, cela implique que les innovations dans les domaines utilitaires de tous genres ne doivent pas être consacrées uniquement à un espace socio-économique propre et ces innovations ne doivent pas être réductibles aux bénéficiaires locaux. De ce fait, la traduction est concernée surtout par la localisation, c'est-à-dire faire connaître une marque, un produit quelconque dans un nouveau terrain socioculturel, si le texte doit être adapté à la couleur locale, l'image demeure un élément culturel symbolique, idéologique, non universel (ex, le logo).

José Yuste Frías s'est attelé à décortiquer le logo de Carrefour dans une perspective pratique paratraductive. Le logo est une représentation graphique des indications d'une entreprise et de sa marque, il renforce sa dimension symbolique et son pouvoir est égal à celui du slogan verbal. Un bon logo est régi par une série de principes de base : sa simplicité, sa reconnaissance facile, il informe sur l'entreprise par assertion symbolique d'une communication efficace. Il est le reflet de toute l'identité de l'entreprise, de son expérience et de son positionnement sur le marché qui la distingue de ses concurrents (cf. Monerau, 2008, p. 225) ; le rôle principal du logo est de signifier symboliquement et plastiquement l'identité d'une marque, il étend systématiquement sa visibilité grâce à sa souplesse d'application (du minuscule au gigantesque (enseigne)) et est présent dans toutes les manifestations de la marque : de la carte de visite ou de l'enveloppe au sac à emporter ou au stylo. Pour garantir sa longévité sur le marché, le logo s'appuie de manière cohérente et durable sur un discours construit à la base d'une stratégie marketing. Le sociologue Andréa Semprini dira à propos du logo que :

> « Un logo est un condensé de sens, non seulement en raison de sa petite taille, mais aussi parce qu'il résume en quelques traits la philosophie de la marque, ses valeurs, son engagement vis-à-vis de la clientèle. Pour la même raison, le logo donne accès à la totalité de la signification d'une marque […] le logo dit sur la marque beaucoup plus de ce qu'il montre effectivement, il représente une voie d'accès privilégiée à son identité, il est la petite porte visuelle qui nous ouvre grand son univers de sens, le logo est un flash sémiotique, le bouton sur lequel en appuyant visuellement nous enclenchons instantanément tout l'imaginaire et les valeurs de la marque » (Semprini, 1995, pp.74-75 cité par Yuste Frías, 2008b, p. 151).

Sur le plan visuel, le logo est plus saisissant pour la personne qui le regarde que l'image, parce qu'il véhicule un discours, il raconte une histoire ou s'arrête à des étapes d'une histoire d'un symbole, il accomplit un rôle clé dans le processus de communication publicitaire (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 151).

Sa forme est l'œuvre d'une conception unique émanant d'une décision institutionnelle et juridique. Le logo ne donne lieu à un acte de communication et d'énonciation que dans le champ d'action pour lequel il a été conçu, autrement dit, il ne doit renvoyer, de par ses codes visuel et verbal, qu'à l'institution qui l'a créé dans l'espace de diffusion de l'information. Il représente son identité visuelle et, plus globalement, l'identité d'une organisation, d'une institution, d'une ville, d'une région, et même d'un pays, il fait partie de l'environnement culturel d'une société. Par conséquent, l'auteur estime que le logo constitue aussi bien une problématique *« paratraductologique »,* il est lui aussi *« paratraduisible »* de la même manière que le texte ou le slogan, il éveille l'imagination du traducteur et attire en même temps sa curiosité (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 152).

En déconstruisant le logo de Carrefour, José Yuste Frías apporte les conclusions suivantes (cf. Yuste Frías, 2008b, [résum] pp. 153-170)[59] :

1. Il s'adapte dans les divers lieux où la multinationale s'est installée en affichant son identité, celle d'une image de marque française.

2. La déconstruction du logo permet de découvrir *« le jeu paratraductif »* du texte et du paratexte par rapport au sens, cela permet d'analyser les structures enfouies qui composent un élément discursif donné, de découvrir des non-dits, des alternatives qui auraient pu être adoptées.

3. La déconstruction du logo permet de révéler la personnalité de la marque et d'étudier son influence sur le mental collectif et les actes qui découlent (consommation, idéologie, politique, culture…) et son imaginaire. Son adoption vers une autre culture nécessite la prise en compte de la poétique de l'espace dans lequel il est affiché (cf. Yuste Frías, 2008b, p. 158).

4. À travers l'exemple du logo Carrefour, l'auteur n'a pas de meilleur exemple pratique pour donner l'illustration parfaite de l'homogénéité du texte avec le paratexte. En effet, le péritexte iconique bicolore ou tricolore est une des symboliques de l'identité. Quant au texte, il reflète d'abord le choix stratégique du groupe de s'implanter dans des espaces où il y a des *« carrefours »* pour mieux se positionner et attirer la clientèle.

5. Le logo de Carrefour a des flèches multiples qui guident sa lecture, la flèche droite semble indiquer une hallebarde médiévale (figure 18), une sorte de hache composée d'un manche en bois et d'une lame, ce qui peut être interprétable comme une croisade



Figure 18 Méthodes suivies par José Yuste Frías dans la déconstruction du logo de Carrefour (cf. Yuste Frías, 2008, p.160)

[59] Notes réunies de l'article intitulé : *« Pensar en traducir la imagen en publicidad : el sentido de la mirada »*, publié en 2008 (voir bibliographie).

contre la cherté de la vie (selon le prisme occidental). Le rouge est sciemment associé à la flèche gauche pour attirer l'attention du client qui cherche avant tout le bon produit et le rapport qualité prix.

6. Quant au bleu, il renvoie à l'identité occidentale ; tous les Occidentaux préfèrent cette couleur, symbole de l'union et de la paix, qui couvre toutes les institutions dont la société des Nations Unies devenu l'ONU. Quant à la couleur blanche, elle peut renvoyer aussi bien à un vide de couleur qu'à l'identité visuelle du groupe français, le blanc fait partie des usages commerciaux et renvoie toujours à la sensation de bien-être et au réconfort.

7. La coloration du logo (le triangle bleu, lettres blanches et un triangle rouge) affirme les valeurs de l'identité du groupe français. Cependant, il est intéressant de constater que dans la phase d'internationalisation, si ces couleurs sont conservées, non seulement les signes graphiques changent mais le logo lui-même subit une transformation radicale dans pratiquement tous les pays du Golf (mais pas dans les pays du Maghreb) (voir figure 19). Cette transformation est assimilée à une *« paratraduction »* du logo original puisque le nouveau – ou plus précisément, *« sa version paratraduite »* – a été conçu selon la symbolique des pays du Moyen Orient en s'inspirant de la porte orientale en arcade qui renvoie à l'espace oriental et à l'art architectural islamique.

8. Par ailleurs, les raisons de cette *« innovation »* sont relatives au rachat de 26 hypermarchés Géant du groupe Casino aux Émirats Arabes Unis, au Bahreïn et au Koweït par le groupe émirati Golfe-Al-Futtaim[60], ce qui implique donc, selon notre



Figure 19 Paratraduction du logo Carrefour

propre hypothèse, un passage en revue de toutes les stratégies marketing entraînant même la transformation, une réadaptation voire une paratraduction du logo du groupe qui s'était implanté auparavant et avait fait ses preuves. Cela ne pousserait donc pas les nouveaux décideurs de basculer vers la création d'un logo tout différent mais de rebâtir une nouvelle image de marque sur les références de l'ancienne, dans le but d'assurer un meilleur accueil du nouveau groupe.

4 Compte rendu du colloque international sur la paratraduction Vigo 2009, analyse et commentaire

Le colloque international sur la traduction et la paratraduction organisé du 3 au 5 juin 2009 est le deuxième après celui de 2004. Dans cette partie et à la lumière de ce qui a été discuté et développé durant ce colloque de grande envergure, nous avons décidé de reprendre quelques notions clés que nous avons analysées, approfondies et nous avons préparé un rapport-commentaire.

[60] https://www.reuters.com/article/carrefour-moyen-orient-idFRL8N1JQ1TK (consulté le 11/09/2022).

L'objectif de cette démarche est de détailler au mieux les pistes théoriques du concept de paratraduction, c'est-à-dire celles qui auraient conduit à sa conception directement ou par incidence, notre démarche vise également à étudier sa connexion avec d'autres questions relatives à la traductologie. À cet effet, nous avons retenu deux interventions.

4.1 Sociolinguistique et sociologie de la traduction (Jean Peeters)

Dans une intervention portant essentiellement sur la relation qu'entretient la traductologie avec la sociolinguistique et la sociologie de la traduction, Jean Peeters spécialiste de littératures anglaise et anglo-saxonne[61] s'interroge sur le pourquoi de l'opération traduction et sur les acteurs principaux qui en constituent partie prenante dans une optique d'échange social. Il considère la traduction comme un acte d'interlocution pas exclusivement interlinguale ni fondamentalement linguistique, elle est un acte verbal par contre-coup qui s'inscrit dans un ordre social.

L'angle d'approche de la traduction dans le volet social s'articule autour de la connexion entre les éléments sociaux qui influent sur le volet verbal et linguistique, c'est-à-dire que toutes les transformations sociales qui surviennent influent d'une manière ou d'une autre sur la pratique de la traduction et même son devenir, ce qui veut dire que c'est déjà une preuve que l'acte de la traduction ne peut se limiter qu'au verbe ou à la langue : *« la traduction est aujourd'hui protéiforme, multiforme et […] son existence en tant que discipline n'est pas toujours acquise tant elle a dû et doit encore prouver sa raison d'être par différence et souvent à concurrence avec d'autres disciplines bien établies telle que la linguistique »* (Peeters, 2009) ; à juste titre, le trait pluridisciplinaire de la traductologie est révélé par les apports des disciplines concernées, les hypothèses et travaux en linguistique et en sociologie ainsi que d'autres disciplines contribuent au développement de la traductologie, même si cette dernière ne bénéficie pas de la « pureté théorique » tant recherchée.

Dans sa présentation Jean Peeters énumère trois convictions à propos de la traduction en tant qu'objet d'étude : a) la traduction dans les mots et hors des mots ; b) la traduction comme compromis ; c) la théorie de la traduction en tant que théorie de l'action et de l'histoire. En ce qui concerne l'objet de notre étude, nous nous focalisons uniquement sur le premier cas.

4.1.1 La traduction dans les mots et hors des mots

Il est d'un commun accord, que la traduction suppose qu'il y ait des mots, c'est la condition même pour la réalisation de la pratique traduisante. Cependant, dès que l'on envisage les textes dans leurs dimensions sociologiques, sémiologiques ou autre, on se trouve déjà aux extrémités

[61] Jean Peeters en 2009 était vice-président de l'Université Bretagne-sud pour les relations internationales, puis président de l'établissement universitaire entre mars 2012 et mars 2020 ; ses recherches portent sur la traductologie, sur l'inscription sociale des traductions. Professeur associé au laboratoire de recherche "Paratraduccion" de l'université Vigo (Espagne) source : https://www.letudiant.fr/educpros/personnalites/peeters-jean-796.html (consulté le : 15/05/2022)

du texte lui-même, pas dans le sens *« perdition »*, mais dans le sens où l'on cherche à comprendre ses causes et ses objectifs et les rapports qu'il tisse avec les autres textes. Peeters reprend la constatation d'Umberto Eco lorsque ce dernier décrit le texte comme une *machine paresseuse* qui demande au lecteur à chaque occasion et à travers plusieurs lectures et relectures de fournir l'effort nécessaire pour combler les espaces inexplorés du texte.

Pour ce qui est de la critique genettienne sur les frontières du texte, Jean Peeters se sert de deux illustrations de la linguiste franco-russe Marina Yaguello dans la traduction de son livre de vulgarisation de la linguistique *Alice au pays du langage*, en anglais *Language through the looking glass.* La lecture comparative des pages de couverture des deux versions permet de constater qu'il existe une conception complètement différenciée entre les deux publications, une conception qui dépasse de loin un simple transfert *« verbal »*, rien qu'à l'échelle monolingue, la relation entre la couverture et le texte peut être interprétée comme acclimatation du texte lui-même. La couverture a un plan pragmatique : il s'agit d'aider le lecteur à s'imprégner plus facilement du contenu.

Le second exemple illustre la même visée pragmatique à travers la mise en exergue des fonctions de communication de Roman Jakobson ; la comparaison entre les deux affiches iconographiques (l'une pour l'URSS, l'autre pour le Royaume-Uni) qui semblent avoir pour thème *« guerre et patrie »* durant la Première Guerre mondiale porte à croire que l'enjeu de la traduction concerne aussi bien le texte que le paratexte.[62]

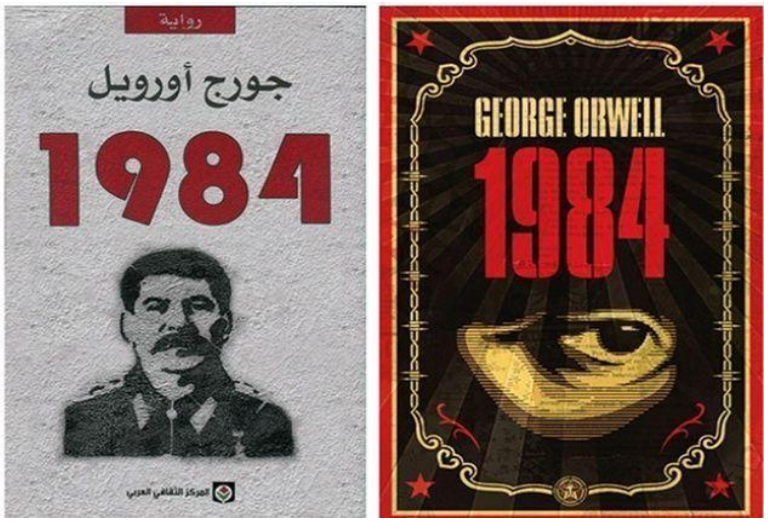


Figure 20 Comparaison entre deux pages de couverture (originale et traduite) du roman *1984* de Georges Orwell.

[62] Nous ne pouvions pas nous servir à nouveau de ces illustrations et les faire afficher ici pour des raisons d'éthique, la conférence est disponible en intégralité sur le lien suivant : shorturl.at/nuwSV, consulté le 12/05/2020.

Sans reprendre les illustrations utilisées par Peeters pour des raisons académiques, nous pouvons néanmoins nous servir de ses explications à travers les exemples ci-dessus (figure 20). Les deux pages de couverture, l'une en arabe et l'autre en langue latine, reproduisent les mêmes effets escomptés, le texte ne subit pas de modification, mais les paratextes sont différents : on constate dans la version anglaise une reproduction sémiotique de la fameuse réplique *« big brother is wathing you ! »*, on peut remonter dans notre analyse au plan pragmatique de l'éditeur, peut-être aurait-il voulu illustrer toute l'atmosphère du contenu narratif du roman par une illustration symbolique se résumant en l'œil sombre perçant et fixe de celui qui commande ? La couleur sombre du péritexte iconique couvre tout le paratexte comme illustration des conditions de gouvernance de Big Brother. La page de couverture en version arabe préfère la photo de Joseph Staline ; le symbolisme illustratif ici n'est pas représenté par l'œil attentif à ce tout ce qui bouge, mais se base sur l'un des dirigeants les plus autoritaires que le monde a connu dans son histoire. Georges Orwell à travers ses deux romans majeurs *« La ferme des animaux »* et *« 1984 »* s'est attaqué à l'autoritarisme politique et particulièrement au régime totalitaire de l'URSS en période stalinienne, il y dénonce les pratiques d'asservissement des peuples en utilisant plusieurs mots, des figures de style et des symboles, ce qui lui a valu d'être calomnié par les communistes et de voir son livre *1984 – paru en 1949 –* interdit en URSS jusqu'en 1985. (Damon, 2016, p. 167).

Jean Peeters relie ce qu'il appelle ***« la traduction dans les mots et hors des mots »*** au concept de paratraduction qui reflète, à travers les problématiques posées, non seulement les travaux de Gérard Genette, mais aussi ceux de Jacques Derrida dans la théorie de déconstruction de la pensée, la théorie du polysystème de Itamar Even Zohar et la question de l'éthique[63] en traduction. En ce sens, il y a assez d'éléments aussi bien théoriques que pratiques qui transformeraient un traducteur en *« paratraducteur »*, parce qu'il y a du texte à traiter mais aussi les marges, et les zones indécises, la traduction dans les mots et hors des mots coïncide avec le fait que la paratraduction est à la fois un espace de transition et de transaction et de réseaux paratextuels ou tout un ensemble d'agents intermédiaires tisse avec le traducteur un vaste filet paratextuel de pratiques et de discours idéologiques, politiques et anthropologiques au seuil de la traduction ; la paratraduction a lieu à côté du « traducteur sur papier, à l'écran ou ailleurs … sa fonction est de présenter, d'informer et de convaincre à propos de la traduction.

4.2 La traduction verbo-visuelle (Teresa Tomaszkiewicz)

Theresa Tomaszkiewicz, spécialiste en linguistique comparée, en linguistique romane, communication médiatique, traductologie et sémiologie comparée, dans une conférence intitulée

[63] Nous ajouterions également le champ de critique de la traduction et particulièrement dans les domaines des arts, de la publicité, de la traduction audiovisuelle et la traduction d'édition.

« La traduction verbo-visuelle » propose d'examiner les origines du sens et sa formation en traduction : sa construction et sa mesurabilité par rapport à un projet de traduction d'un document comprenant texte et image, aussi pose-t-elle qu'on peut concevoir ce concept de différentes manières.

4.2.1 L'origine du sens

En citant respectivement Jean-René Ladmiral, Danica Seleskovitch, Marianne Lederer, Jean Delisle et Hurtado Albir, Teresa Tomaszkiewicz affirme que la quête de tout traducteur est d'aboutir au sens, pour ce faire, il commence d'abord à instaurer une analyse comparative entre un texte [1] et un texte [2] sur un principe d'équivalence, le texte[1] ne peut ressembler au texte [2] , mais il ne lui est pas si différent, car il existe des universaux textuels ou des convenances de *« fabrication de textes »,* et le partage de ces paramètres permet de dégager au moins un sens commun à tous en rapport à une thématique précise. Pour y aboutir, il faut s'imprégner du contexte, cerner toute une situation de communication entre deux instances, émettrice et réceptrice – en temps réel, dans l'échange en discours direct, ou bien dans un discours rapporté : deux documents à traiter – avec une attention particulière portée aux éléments non verbaux, ces derniers formant une partie du sens non mesurable (images, icônes, illustrations…). Le sens n'existe qu'à travers des mécanismes cognitifs opérés par le traducteur. Dans un document multimodal, par exemple, le substrat sémantique concerne à la fois les éléments intratextuels et extratextuels, chaque élément est une piste de sens, son association à d'autres éléments donne lieu à une démarche constructiviste du sens.

En revanche, en mettant en valeur la position de Georges Kleiber dans sa réflexion sur *« l'axiome d'existence »* à travers laquelle il s'oppose au constructivisme à tout va, elle rejoint sa position quant au fait d'avoir besoin de quelques rudiments sémantiques stables ou des convenances sociales pour pouvoir *« construire le sens »* : *« Postuler qu'il faut reconstruire toute portion de sens est absolument contre-intuitif. On ne peut construire avec rien et donc l'existence de morceaux sémantiques stables, ou sens conventionnel est nécessaire au fonctionnement interprétatif »* (cf. Kleiber, 1997, p. 24).

Autrement dit, à l'appui de Georges Kleiber sur la sémantique du prototype, elle renforce son point de vue sur l'existence de modèles prototypiques qui constituent la base d'élaboration des supports de communication à l'échelle universelle ; ils peuvent être similaires aux universaux de communication : la photographie de presse, sa légende, l'article et le titre forment un assemblage assimilé à un prototype textuel qui fonctionne à la base de la combinaison entre le visuel et le verbal.

4.2.2 La différence entre la traduction interlinguale et la traduction intersémiotique

Le fonctionnement de la traduction intersémiotique telle que définie par Roman Jakobson émane d'une constatation de certains linguistes selon laquelle des éléments non verbaux (images, icônes, symboles) sont créés en tant que substituts de la langue pour remplir une fonction bien précise, ils se substituent à la matière linguistique pour illustrer un contenu de manière plus pertinente ; en traduction proprement dite, deux systèmes linguistiques de deux langues en contact s'offrent au traducteur comme matériel nécessaire pour ses opérations d'analyse, commentaire, recherche documentaire, équivalence… ; cependant, la traduction intersémiotique (ou transmutation) adopte un principe unidirectionnel : il donne lieu à la création d'un code à partir d'un système linguistique (signalétique routière, aéroportuaire etc.) qui reproduit le message linguistique original. Ce code une fois inventé et étendu devient un savoir socialement partagé au sein d'une communauté, la dynamique de réception du message (lecture d'un code visuel) annule, à l'exception de quelques cas, la nécessité d'avoir besoin d'un traducteur.

Teresa Tomaszkiewicz émet des réserves contre la constatation de Jakobson sur le fait que la traduction serait symétrique *[traduire « pomme » par « apple » et inversement « apple » par « pomme » est un fait de symétrie]*, la symétrie parfaite en traduction n'existe qu'à certains degrés : lorsqu'il s'agit du transfert dans une autre langue des mots simples, des terminologies ou des expressions toutes faites. Cependant, la retraduction d'un passage littéraire par exemple ne permettrait pas de retourner à l'original identique par un processus rétroactif ; on a le même constat dans l'interprétation du sens d'un pictogramme, celle-ci est parfaitement réalisable du point de vue sémantique, mais l'expression linguistique renvoyant au même pictogramme peut revêtir plusieurs formes d'un individu à l'autre, conclusion : les traductions interlinguale et intersémiotique ne sont que partiellement symétriques ; elles partagent quelques points de similitude et divergence qu'on peut énumérer comme suit :

1. Deux opérations similaires en ce qui concerne l'interprétation des messages, peu importe le code linguistique ;

2. Sur le mode opératoire, l'interprétation du sens se fait à partir d'un code et il est réexprimé dans un autre ;

3. Divergentes dans la mesure où la transmutation consiste à inventer un code (système linguistique → code sémiotique) lequel devient pragmatiquement un savoir en attente d'être socialement partagé ;

4. Divergentes, car le mode opératoire de la transmutation conduit à la possibilité de se passer du traducteur.

Par ailleurs, dans une production comprenant du texte et des images, on peut interpréter le sens aussi bien au niveau textuel qu'au niveau visuel. Mais la problématique concerne la manière dont on construit notre raisonnement. À ce propos, l'intervenante propose de déterminer les facteurs ou les instances qui participent à la construction de ce sens :

1. Les facteurs sociaux s'articulant autour de la création de situations de communication dans un environnement social, les catégories sociales prenant part aux échanges, le contexte, l'âge, le sexe ;

2. Les facteurs technologiques qui englobent moyens et supports de transmission des messages ainsi que leurs typologies et leur pluralité (images, textes, par l'oral…) ;

3. D'autres phénomènes comprenant la relation entre l'information et le sens, les effets de sens, la visée communication, les valeurs connotatives, implicites, sous-entendus, formes stylistiques et appartenance à un genre textuel.

4.2.3 Degré d'iconicité des images

Avant de traiter les relations complexes entre l'image et le texte, Teresa Tomaszkiewicz a voulu d'abord apporter quelques éclaircissements sur les différentes manifestations de l'image. À la lumière des travaux de Pierce, si l'on reste au terme générique, l'image revêt trois aspects : *« une iconicité », « un caractère indexal »* et *« une valeur symbolique »* ; la différenciation entre ces catégories repose sur le degré de l'arbitraire et sur la relation analogique entre le signe et le concept auquel il renvoie. Une photographie contient suffisamment d'éléments qui nous permettent d'interpréter son contenu, mais ce qui doit être mis en valeur à travers une analyse iconographique c'est comment ses constituants (dont certains sont parfois plus imposants, en termes de lisibilité, que les autres) interagissent entre eux et comment ils entrent en contact avec l'écrit (slogan).

Ce faisant, Teresa Tomaszkiewicz estime que les images diffèrent selon deux catégories, il y a des images qui constituent une imitation de la réalité et des images fabriquées qui reproduisent des fragments de réalité. Le symbolisme de l'image est une qualité, une résultante d'un code social, l'image en soi est un élément figé, un produit non consommé, non exploité et le fait qu'elle acquiert un sens veut dire qu'elle a été revêtue d'un code social qui l'associe à certaines vérités, par contextualisation et par un acte de langage.

4.2.4 Relation image-texte, universalité et non-universalité des images et le substrat prototypique

4.2.4.1 Typologie de relations entre l'image et le texte

Teresa Tomaszkiewicz propose quatre types de relations :

1. *Le rapport de signification parallèle.* Dans certaines affiches publicitaires, les couches verbales et visuelles peuvent être lues séparément, même si elles sont distribuées dans le même espace ; la couleur qui domine la couche visuelle communique des informations sur le volet esthétique, tandis que l'élément verbal se caractérise par le volet informatif et argumentatif voire technique. On peut rajouter à travers l'exemple ci-dessous (figure 21) que le volet esthétique est contextualisé autour d'une politique d'offre internationalisée du fabricant (en l'occurrence la maison Honda qui conçoit sa moto avec des performances optimales pour les *« couleurs africaines »*) ; de plus, le volet



Figure 21 Type de relation par signification parallèle

verbal est revêtu d'un caractère typographique qui renforce l'élément esthétique, ce qui donne une double argumentation.

2. *« Le rapport de complémentarité »* souligne que l'image et le texte forment un tout pour véhiculer le sens, c'est le cas des photographies des bandes dessinées, des photoromans, les films de fiction…

3. À travers une *« relation interprétative »*, l'élément verbal apporte plus de précisions linguistiques pour illustrer le contenu visuel sans quoi la compréhension serait difficile voire impossible.

4. *« La relation d'équivalence »* est relative au fait que si dans un même document, le composé verbo-visuel exprime le même sens, la présence du texte est là pour renforcer l'idée décodée par le visuel, cette configuration semble applicable au marketing social et à la publicité préventive.

5. Enfin *la relation par contradiction* qui a lieu si l'information fournie par le verbal va à l'opposé de ce qui est compris en regardant les données visuelles, elle donne lieu à la création d'une figure de pensée spécifique traitant de l'ironie ou d'une polyphonie discursive.

En pratique et vu les quantités infinies des images dans le monde, ces cinq relations s'entremêlent, pour déterminer chaque type, il faut étudier la réception de l'image sur le plan

connotatif et dénotatif et le type de texte qui lui est associé, la difficulté se poserait si l'on a une image sans texte, les photographies de presse et plus particulièrement les affiches de presse éditorialiste sont réputées pour pousser le lecteur à développer, positivement ou négativement, une certaine argumentation par rapport au thème affiché, même s'il ne s'agit pas de la réalité elle-même mais de *« fragments »* de la réalité.

4.2.4.2 Universalité vs non-universalité des images

La lecture connotative des images penche vers l'universalité. Marcel Otte souligne à titre d'exemple à propos de l'universalité des arts graphiques que les décors relevant de l'anatomie sont des décors universels, donc toute représentation visuelle artistique de l'anatomie sera constamment d'ordre universel (Otte, 2015, intro. §1) ; les facteurs de la mondialisation les plus influents comme l'immigration, l'économie de marché, l'interculturalité, internet, publicité, évènements sportifs planétaires, développement technologiques, tendances extraculturelles (volonté d'une communauté culturelle à adopter la culture d'une autre par émerveillement) médiatisation… ont fortement contribué en cela, ce qui a engendré des images universelles, associées à des lecteurs universels. D'une part, le mécanisme de lecture connotative de l'image avec l'analyse à la fois minutieuse et rapide a en commun avec la traduction le processus d'interprétation linguistique et d'autre part, les images aident le traducteur à *« visualiser »* ce qui



Figure 22 Complexe sémiotique multilingue correspondant à une lecture

est plus ou moins intraduisible dans la couche verbale.

Pour étayer davantage l'argument de lecture universelle des images et à travers l'exemple ci-dessus (cf. figure 22), nous pouvons dire qu'avant même de réfléchir sur la traduction, les cinq illustrations ci-dessus, en allemand, français, arabe, chinois et en turc, démontrent l'importance du prototype pour la création du sens ; ces exemples illustrent deux caractères *« conventionnels »*

ou *« prototypiques »* : le mode opératoire de communication et l'introduction de l'élément naturel *« feuille verte »* qui symbolise la croissance pour tout projet. De ce fait, un traducteur spécialisé en langue arabe, ne maîtrisant pas l'allemand, ni le turc, encore moins le chinois, pourra néanmoins déchiffrer quelques prémices de sens de ce qui est dit en ayant recours à l'interprétation des signes distribués dans les différents paratextes, et le sens de la partie *« texte »* est nécessaire pour aboutir à la traduction, laquelle marquerait les différences subtiles du point de vue linguistique entre chaque illustration. Cet exemple illustre aussi le fait que les images fonctionnent dans la communication humaine comme signes ou comme messages, leur usage est précédé par une intention de communication, les différentes formes d'images sont introduites en communication de masse pour pallier certains inconvénients de la communication linguistique (Tomaszkiewicz, 2009). Pour notre part, on peut rajouter que dans bien des cas, la démarche consiste à renforcer la visée pragmatique du contenu par innovation du plan esthétique (innovations dans la forme, dans la couleur et dans le support).

Teresa Tomaszkiewicz renforce donc son point de vue sur la nature de l'image et sa perception comme phénomène de représentation unique : dans tout support de communication verbo-visuelle, l'image ainsi que le texte sont conçus à la base d'un modèle, d'un prototype à la lumière de la théorie du prototype commentée par Georges Kleiber sur la base des positions de linguistes comme George Lakoff et Hilary Putnam à propos de phénomènes de pensée comme le réalisme expérienciel, le système conceptuel, l'organisation de l'expérience et les déductions à tirer à partir d'une série d'activités mentales ou physiques (Kleiber, 2004, p. 11). Kleiber estime que la construction d'un prototype repose sur la catégorisation qui décrit la manière de déduire le sens à partir d'une expérience, opération mentale qu'on retrouve dans toutes les activités humaines : pensée, perception, parole, actions etc., il existe un cadre interprétatif comme une boîte à outil qu'on alimente par catégorisation à chaque fois qu'on perçoit une chose nouvelle, le fait de « chanter » est une catégorisation d'une action activée ; *« catégorisation »* et *« catégories »* sont des phénomènes mentaux qui s'occupent de la structuration d'un environnement chaotique et en perpétuel renouveau, la pensée a affaire avant tout à des catégories : « *la plupart des concepts ou représentations mentales correspondent à des catégories »* (Kleiber, 2004, p. 13).

Par ailleurs, le prototype par définition est le meilleur représentant communément associé à une catégorie (Ibid., p. 50). En ce qui concerne le domaine linguistique, une étude de corpus des textes techniques juridiques et scientifiques, permettrait d'aboutir à un prototype textuel technique en réunissant les meilleurs exemples de catégories partagées entre les deux domaines à savoir : langue de spécialité, terminologie, les autres critères se rapportant au volet normatif, la fonction du texte, la référentialité des termes peuvent être soumis à la variation, ce qui annule le prototype.

Un texte ou un discours offrent, par expérience de lecture, des images mentales et chaque lecteur/récepteur constitue ses propres images mentales par rapport à un contenu verbal. Cependant, la réception des images physiques est différente de la réception des images mentales, l'image physique guide le processus de lecture (ou du décodage) même si l'on retient que les interprétations peuvent être différentes, mais l'influence exercée par le fabriquant de l'image, *« son metteur en scène »*, le guidage est là, nous renvoie alors au problème relatif à la difficulté de comprendre les enchaînements des constituants d'un document verbo-visuel, un problème jugé encore difficile à résoudre parce qu'un tel document serait susceptible d'être soumis à un traitement multimodal.

Troisième partie : La mise en tourisme, quelques apports théoriques.

1 Étude définitoire sur le tourisme

Le tourisme a plusieurs définitions. Selon, l'organisme de l'INSEE qui s'appuie sur une définition classique de l'OMT, il comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité (Fraenkel et F. Lunius, 2007, p. 16 ; Duthion et Mandou, 2016, p. 9). Marc Boyer étend cette définition en rajoutant que le tourisme est un besoin culturel, de civilisation et conditionne sa réussite à la satisfaction aux niveaux du déplacement et du loisir (cf.Boyer, 2007, p. 9), et Philippe Duhamel le définit en rapport aux objectifs du voyage : *« habiter le territoire des autres et venir dans un lieu avec un projet fondé sur des pratiques, fréquenter des lieux et les transformer par notre présence »* (Duhamel, 2018, chap. V). Dean MacCannel, situe le tourisme dans son trait définitoire fonctionnel : les touristes sont des gens qui se déploient à travers le monde en quête des expériences (cf. MacCannell, 2013, p. 1).

Selon Boualem Kadri, le tourisme et le voyage sont relatifs à une sémantique renvoyant au loisir et au divertissement, mais en premier lieu *« Tourisme et voyage sont des mots qui expriment la postmodernité et ils sont aussi intimement liés à l'histoire de l'humanité »* (Kadri, 2016, p. 87). La notion du tourisme a d'abord remplacé la vieille tradition de pratique du voyage ancestrale qui caractérisait les échanges entre les civilisations anciennes. Sur le plan économique, les échanges commerciaux nécessitaient le traçage des routes, puis l'apparition des premiers éléments d'urbanisation permettait aux populations de s'adonner à la visite des lieux tels que les monuments et les centres religieux en Grèce et en Égypte (Kadri et Pilette, 2017, p. 12). Parmi cette population qui s'adonnait à la pratique du voyage, on trouve des diplomates et hommes de lettres, voyageurs de commerce, colporteurs aventuriers, expéditionnaires et des pèlerins parcourant le monde depuis des siècles (cf. Duhamel, 2018, Chap. I). Le voyage est un mot vague, générique dont le sens est intemporel, le voyage a toujours été une pratique vitale nécessaire aussi bien à la vie de l'espèce humaine qu'à sa survie, nécessaire à la naissance et croissance des sociétés et au développement des civilisations ; il inspire le plaisir de l'errance et la plénitude, sans attacher le moindre calcul à la démarche mobile, ni à trop de planification ; il inspire autant l'exploration que le goût pour le risque et l'aventure (cf.Lecoquierre, 2008, p. 10).

Si l'on reste dans le champ des convenances antérieures, avant l'avènement du tourisme, c'est le voyage en tant que forme de mobilité primaire qui a conduit à l'émergence des mots entretenant avec les lieux parcourus des rapports connotatifs tels que : croisades, conquêtes, colonialisme, orientalisme, exil, exode, exotisme ; des mots comme colonialisme et

orientalisme ou exotisme, sont nourris par des visions réductrices émanant des pays occidentaux à l'égard du reste du monde, cela s'explique par le fait que les voyages se faisaient presque en sens unique depuis le début des campagnes d'exploration, de l'Europe aux Amériques, en Orient, en Asie et en Afrique. Ainsi, les bien connus « *pays sous-développés »*, *« pays du Tiers-Monde »* puis *« du Sud »*, sont le résultat d'un simple déplacement dans l'espace. On pourrait qualifier le voyage comme une activité plus vaste que le tourisme. Si, d'une part, ce dernier semble à l'étude, une activité bien structurée et qui ne s'improvise pas (cf. Amirou, 2000, p. 36), le voyage conserve son côté mystérieux, imprévisible, il a été coloré par tous les qualificatifs : de dispersion, d'égarement, de dégradation morale, porteur de germe de dissidence. Aussi, il a été le loisir majeur des hommes de lettres, anthropologues, missionnaires religieux, philosophes (cf. Roelens, 2015, p. 4). De plus, le mot voyage n'entretient pas que des rapports négatifs avec les lieux visités, le pèlerinage est un voyage de sainteté, de purification et de recueillement.

Le tourisme n'existait pas avant le XIXe siècle, il a été adopté pour la première fois en anglais en 1800, en français en 1803 et allemand en 1875 et le substantif « tourisme » est apparu en 1811 en anglais et en 1841 en français ; les voyages d'avant le XIXe siècle étaient des voyages éducatifs des jeunes européens issus de la noblesse anglaise, française et allemande vers le sud de l'Europe (Italie, Grèce) ; tout ce qui se rapportait à leurs déplacements était relatif aux impressions mondaines de l'époque sur la politique, religion, science, société, classiques, antiquités, art, architecture, fortifications, commerce et paysage (cf. Duhamel, 2018, Chap. I §2- p.12). Le mot anglais *« tour »* a été donc inspiré des voyages des jeunes aristocrates européens (d'abord anglais) qui faisaient des voyages par étapes sur plusieurs capitales européennes durant vingt à trente mois, à la découverte des sites et monuments en quête de perfectionnement, d'accomplissement de soi par l'apprentissage du monde (cf.Wagnon, 2001, p. 34 et Roelens, 2015, p.9). Le Grand Tour, constitue la phase intermédiaire entre les voyages d'agrément qui ont enclanché une refonte des formes de sociabilité et des pratiques culturelles et les prémisses du tourisme (cf. Cousin et Réau, 2016, Chap. I §2).

Avec l'industrialisation accélérée sous l'impulsion de l'expansionnisme des empires français et britannique dans le reste du monde durant les XVIIIe et XIXe siècles, le tourisme se développe d'abord avec les minorités privilégiées, les premières innovations de l'industrie de loisirs émergent avec l'organisation de Thomas Cook des premières excursions collectives en Angleterre en 1841, ensuite il deviendra en 1855, le premier tour opérateur en lançant sa première excursion sur le continent, le touring club français et anglais sont créés à partir de 1891 et les premiers types de tourisme élitistes voient le jour : *« les tourismes cycliste et automobile*

», il faudra attendre les années 1930 pour que d'autres classes sociales se permettent d'entrer dans la mouvance du tourisme (cf. Boyer, 2007, pp. 6-17).

Le tourisme aujourd'hui est une puissante industrie qui se développe rapidement et de façon continue parce que soumis aux règles mondiales du capitalisme, il se caractérise par une concurrence acharnée entre ses acteurs à n'importe quel niveau de prestation (hébergement, transport, évènementiel, logistique…). Sur le plan hébergement par exemple, avec l'avènement du e-tourisme et la mise en place des plateformes numériques et de comparaison, des groupes comme TripAdvisor, Booking et Airbnb rivalisent avec les grands groupes hôteliers tels que Mariott, Hilton, Jin Jiang ; le groupe Airbnb, lancé comme une start-up en 2008, a amorcé une nouvelle phase de l'économie du tourisme parce qu'il s'est passé des investissements trop coûteux pour jouer plutôt un rôle d'intermédiation globale entre les consommateurs et les vendeurs d'hospitalité domestique. Sa stratégie a donc été innovante parce qu'elle a permis de créer et de renforcer les liens sociaux et d'instaurer des relations de confiance entre hôtes et voyageurs, le bon service conduit même un client à recontacter le même groupe, ce qui multiplie les expériences. D'ailleurs, Airbnb, de par sa politique, semble suivre le pas des fondateurs de l'industrie du voyage et du loisir et remettre au goût du jour leurs motivations originelles (cf. Cousin et Réau, 2016, pp. 57-58-59).

Selon Pierre Bloc-Durrafour et Alain Mesplier (2015, pp. 18-19), le tourisme en tant que visage contemporain du voyage n'a amorcé son développement réel qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale à travers les points suivants :

1. La hausse du pouvoir d'achat qui permet à toutes les catégories sociales de partir en vacances ;

2. La démocratisation des vacances induite par la reconfiguration du régime social, de l'emploi et du système de la retraite a permis aux populations de bénéficier des congés payés et d'aspirer à des conditions de vie meilleures et cela a dégagé du temps libre pour beaucoup de personnes ;

3. L'urbanisation croissante a poussé une partie de la population à s'installer dans des résidences secondaires, en périphérie, dans d'autres territoires au sein du même pays et parfois dans un autr**e** pays du même espace européen et cela a accru la mobilité touristique ;

4. Le facteur technologique concerne l'amélioration du service des transports. L'avènement du transport aérien a couvert très rapidement tout l'espace touristique européen avec des prix concurrentiels et le nombre de la clientèle croissait chaque année. Cette démocratisation s'est donc traduite par un essor rapide des flux, la hiérarchie des diverses formes de tourisme a changé et les activités annexes se sont diversifiées.

Nous avons réparti notre étude définitoire sur le tourisme en deux approches : l'approche économique et l'approche sociale, étant donné que les volets *« social »* et *« économique »* sont les

dénominateurs les plus communs au phénomène tourisme et à partir desquels dérivent toute la typologie du tourisme.

1.1 L'approche économique du tourisme

L'approche économique du tourisme s'articule autour des dotations factorielles des États et leurs capacités à jouer les premiers rôles dans l'industrie du tourisme mondial. Tous les traits définitoires se rapportant à l'approche économique du tourisme décrivent celui-ci comme un phénomène de mobilité pour les affaires, et de là on peut déjà dégager au moins deux types de tourisme principaux : *« le tourisme industriel »* ; *« le tourisme d'affaires »*.

En premier lieu, *le tourisme se démarque comme étant une activité économique qui offre une grande opportunité d'emplois et de développement.* (Fraenkel et F.Lunius, 2007, p. 13), c'est le trait définitoire le plus connu et le plus étendu à travers le monde souvent difficile à englober vu les potentialités des pays touristiques émetteurs et récepteurs qui sont en perpétuelle concurrence ; il recoupe à première vue le champ d'activité traditionnel des métiers de l'hôtellerie, des cafés et de la restauration, ce champ s'étend plus largement aux métiers de l'industrie de loisir et des services comme les agences de voyage, de location de voitures, aux tour-opérateurs etc. Ainsi, l'économie du tourisme n'arrête pas de s'agrandir au fur et à mesure que d'autres métiers auxiliaires lui sont rajoutés. L'industrie du tourisme a émergé vers 1960 en tant que nouveau concept de l'économie tertiaire et s'est présentée – sans aucun consensus préalable – en une collection d'entreprises, organisations et autres établissements réunis pour dynamiser le secteur du tourisme (cf. Jafari, 2000, p. 306). L'industrie du tourisme fournit également du change, des revenus et des recettes fiscales, tandis qu'un marché de tourisme se caractérise par une forte demande à la consommation de produits touristiques de diverses gammes, ce marché universel est administré par les grandes industries mondiales (Hudson, 2008, p. 4).

Sont comprises sous le concept de *« tourisme industriel »* l'ensemble des pratiques touristiques dont les motifs de déplacement sont la découverte des « mondes du travail », passés, présents ou futurs, c'est-à-dire l'ensemble des lieux, des techniques, des organisations et des cultures liés au travail (cf. Cuvelier, 2001, pp. 24-25). Le tourisme industriel est né grâce à la valorisation du patrimoine industriel provenant des études sur l'archéologie industrielle à partir des années 1950 (Delaplace, Kadri, Grenier, et al, 2022).

L'importance accordée au tourisme industriel remonte à un siècle, depuis que les entreprises publiques et privées ont commencé à organiser des visites dans des usines de diverses productions en Europe, notamment en France (visites des usines vinicoles et de fabrication de chocolat), en Allemagne (visites des usines de fromage), au Royaume-Uni. Après la Seconde Guerre mondiale, les circuits organisés autour des grandes usines se multiplient. La NASA, qui a été lancée en 1958, à l'occasion de la foire internationale de l'aéronautique à La Nouvelle-

Orléans en 1985, a fait entrer dans son pavillon près de deux millions de visiteurs (Cf. NASA, 1985, p. 13). En 1989, les visites consacrées au secteur industriel au Royaume-Uni atteignaient 5 millions ; l'année suivante 294 entreprises britanniques étaient listées au programme de visites touristiques, cette ouverture a comptabilisé 6 % du total de toutes les visites touristiques sur le sol britannique. Au Japon, le nombre annuel des visites du complexe de construction automobile Toyota atteint les 300 000 visites et aux États-Unis, le groupe Ben & Jerry's accueille 170 000 visiteurs crème glacée en 1995. La France connaît en 2004 – soit une année après le lancement du système *« portes ouvertes de ses entreprises »* (cf. Violier, Duhamel *et al*., p. 184) – plus de 8 millions de visiteurs pour le secteur de l'industrie et à la même année, plus de 10 % de visites sur le territoire australien portaient sur le secteur industriel. Ces chiffres démontrent que le tourisme industriel n'a pas besoin d'être promu puisque l'augmentation du nombre de visites continue chaque année. À titre d'exemple, le parc chimique Marl en Allemagne, qui offre six circuits par semaine en été et trois circuits en période hivernale, affichait une augmentation conséquente du nombre de ses visites de 915 en 1999 à 2859 en 2003 (H.J. Otgaar, Van den Berg, et Xi Feng, 2016, pp. 2-7).

L'investissement dans le monde du travail et sa valorisation en une conception d'un tourisme économique, ont fait le tourisme industriel. En France, le label *« Entreprise de Patrimoine Vivant »* créé en 2005 avec un horizon budgétaire n'excédant pas cinq ans pour valoriser les métiers du savoir-faire artisanaux et industriels a comptabilisé en 2021 plus de 1700 entreprises. En 2013, les différents espaces industriels répartis entre salons et expositions ont enregistré 12 millions de visites, puis 15 millions de visites en 2020.

Le site d'Airbus, implanté à Toulouse, capitale française et européenne de l'aéronautique et de l'aérospatial a enregistré la visite de 110 000 visiteurs en 2013, puis environ 400 000 en 2018 ; le Salon international de l'aéronautique et de l'espace de Paris – Le Bourget, accueille tous les deux ans plus de 300 000 visiteurs pour voir les aéronefs les plus récents dans des démonstrations de vols (Pinto et Sévigné, 2021).

Le tourisme d'affaires concerne les faits d'encadrer, de stimuler, de développer et de créer des affaires ; il est différent des *« voyages d'affaires »* relativement courts et dans lesquels, l'entrepreneur ou le chef d'entreprise ne disposerait pas de *« laps de temps »* comme le week-end pour joindre l'utile à l'agréable, c'est-à-dire traiter en affaires et profiter des lieux pour faire du pur tourisme. Le tourisme d'affaires se définit beaucoup plus à travers ses traits organisationnels, il est axé sur les techniques permettant de cibler la clientèle *« hommes d'affaires »*, il est une action marketing menée par une entreprise à l'égard de ses clients, il est centré sur des évènements tels que les assemblées générales, les conventions d'entreprise, les congrès, les forums, les team-building (renforcement d'équipe), les team-learning (l'apprentissage en

équipe), les séminaires, les conventions, les symposiums, les missions professionnelles, les voyages parrainés, de relations publiques ou de vente de produit (cf. Dupuy, 2005, pp. 8-10-19, Filloux et Vienne, 2021, pp. 11-13) ; cela s'articule donc autour de l'évènementiel qui est une composante essentielle du tourisme d'affaires. Selon l'UNIMEV (union des métiers de l'évènement), la France a généré un bénéfice de 7,5 milliards d'euros grâce à l'organisation de 4500 salons, congrès et foires sur 200 sites d'accueil. Au Royaume-Uni, le secteur des évènements génère plus de 39,1 milliards de livres sterling et chaque année, environ 1,3 millions de réunions y sont organisés.

Les évènements interentreprises *« business to business »* ont généré 1070 milliards de dollars de dépenses directes et attiré 1,5 milliard de participants dans le monde pour l'année 2017. À la même année et selon les chiffres récoltés par le conseil de l'industrie et de l'évènement (en 2018), les réunions d'affaires en Amérique du Nord ont généré des dépenses directes de 38 milliards de dollars, grâce à 329,7 millions de participants. L'Amérique du Nord avec un taux d'organisation d'évènements interentreprises relatif à 35,6 % est en tête des dépenses malgré le nombre de participants inférieur à d'autres continents (cf. Filloux et Vienne, 2021, p. 10).

Par ailleurs, il semble que le tourisme d'affaires, commercial et industriel **soit** des pièces d'une même mosaïque. En effet, la ville, ou la métropole constituent l'élément commun de ces trois types et par extension on obtiendra deux autres types de tourisme : *« le tourisme urbain »* et le *« tourisme métropolitain »*. Les statistiques sur les affaires sociales, économiques recueillies par l'ONU ont donné un chiffre de 55% comme taux de concentration de la population mondiale qui vit en ville (environ 3,9 milliards de citadins) ; ce chiffre est destiné à la hausse d'ici 2050 de 13% soit 6,7 milliards de personnes vivant en ville, alors qu'elles n'étaient que 0,75 milliards en 1950. La Ville se lit comme un palimpseste, c'est-à-dire un espace sur lequel se superposent les aménagements de différentes périodes à la manière de couches géologiques comme autant d'expériences historiques, cela aide une ville à acquérir une identité qui la caractérise pleinement en fonction du profil historique (Humain-Lamoure et Laporte, 2022, pp. 14- Chap. II §1-p. 28). Ce sont les grandes villes qui sont choisies comme principales destinations en raison de la diversité des activités touristiques ; la métropolisation est une caractéristique majeure de la mondialisation ; de par la densité de sa population, de ses réseaux de transport et communication, son statut de ville intelligente par rapport aux innovations technologiques qui transforment ses espaces assez fréquemment, ces facteurs font de la métropole, un espace-produit à visiter et à consommer bien avant les services qu'elle offre (cf. Kadri et Pilette, 2017, pp. 2-3).

La ville est donc un lieu de séduction, animé par les grandes industries de services contemporains à savoir : la distraction et les assurances qui ont transformé Paris, New York,

Londres, Los Angeles, Tokyo, Shanghai, Melbourne, Sidney et plus récemment Dubaï, Abu Dhabi, Riyad en villes *« hub »* compte tenu de la grande consommation qu'elles connaissent. On dira alors que l'accès au tourisme industriel et au tourisme d'affaires et commercial est facilité par le tourisme métropolitain :

> … qui est un tourisme de destination et de volume, qui se caractérise par l'intensité de la fréquentation et la multiplicité des attraits rattachés à la trilogie nature/culture/divertissement et propose un rôle proactif au touriste, c'est-à-dire de vivre une aventure, une expérience. C'est un tourisme de stimulation, qui ne se limite pas à la connaissance (archéologie, architecture, art, science) mais qui y interroge le soutien technologique, l'animation, le divertissement pour créer l'ambiance et ainsi définir une expérience. Loin de « zoner » les touristes dans des espaces particuliers, il les intègre au territoire central et mobilise les décideurs territoriaux, les communautés d'affaires, les institutions, le secteur associatif et les citoyens (Kadri et Pilette, 2017, p. 4).

1.2 L'approche sociologique

Le tourisme selon le trait définitoire sociologique se rapporte à *« un système d'acteurs, de lieux et de pratiques visant à la recréation de l'individu par l'habiter dans des lieux du hors quotidien »* (Goreau-Ponceaud, 2016, p. 294)[64].

Les définitions sociologiques sont relatives à la fonction principale du tourisme visant la création de réseaux sociaux et des contacts, elles touchent aux déplacements de voyageurs et leur interaction dans un espace nouvellement conquis *« à titre provisoire »* (Baron-Yellès, 1999, p. 8). En ce sens, les Britanniques ont joué un rôle essentiel dans le développement du tourisme tant dans les régions montagnardes que sur des littoraux en France. Les Anglais élirent domicile particulièrement sur la Côte d'Azur pour y lancer la mode des séjours hivernaux, cela a métamorphosé l'image de toute la région qui se dota alors de palaces luxueux, de stations, et de casinos… (cf. Mesplier et Bloc-Durrafour, 2015, p. 16). Dans la recherche moderne, le tourisme est à dissocier des autres formes de déplacements de personnes plus ou moins similaires : les notions simples du voyage et de la migration.

Le voyage au sens large a longtemps été associé au pèlerinage qui est une pratique ancienne, la migration est un déplacement intensif en période de crise ; le tourisme est une pratique moderne. Il est initié par la curiosité de l'individu et par sa volonté de vivre une expérience en dehors de son environnement habituel (Baron-Yellès, 1999, p. 13).

[64] Dans une note de bas de page dans son article intitulé : *« Le tourisme aux Suds : vers une double émergence ? »* Anthony Goreau-Ponceaud explique que cette définition aide à comprendre comment les activités touristiques permettent de renouveler l'espace géographique et ce qui est plus édifiant sur le plan social c'est comment le relations entre plusieurs individus se nouent au-delà des pratiques du loisir.

Par l'approche sociologique nous rapprochons la notion du tourisme à sa propre nature, c'est-à-dire la création, consolidation et la fructification des liens entre les peuples. Sous cette rubrique, on peut répartir toute une panoplie de types de tourisme.

Le tourisme culturel peut être défini comme un déplacement dont la motivation principale du touriste est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions à travers la découverte d'un patrimoine et de son territoire (cf. Origet Du Cluzeau, 2000, p. 1 et Delaplace, Kadri, Grenier et al., 2022). Sur le plan diachronique, il s'est émancipé de son champ relatif aux activités socialement élitistes concentrées sur les sites de culture pour toucher un public plus large, ce qui a favorisé l'émergence d'autres formes et pratiques dans le monde (cf. Origet Du Cluzeau, 2000, p.4). Il se caractérise par l'attention croissante portée à la *« culture »* des sociétés, et donc à la variété des images et des significations possibles véhiculées par les différents sites touristiques (cf. Urry, 2003, p. 9).

En faisant du tourisme culturel, les touristes aspirent à connaître les sites et les monuments qu'ils visitent et surtout à avoir des informations sur les conditions parfois exceptionnelles ayant mené à leur construction (comme les pyramides d'Égypte). À ce propos, le sauvetage des temples d'Abou Simbel en Égypte en 1964, un site majeur qui était menacé par la montée des eaux du lac Nasser suite à la construction du barrage de la ville d'Assouan, est considéré comme une conjoncture heureuse pour l'UNESCO qui a décidé, dès lors, de prendre en considération la promotion et la sauvegarde du tourisme culturel et des patrimoines mondiaux (cf. Derambure-Degraeve, Bonsang, et Brière-Cuzin, 2022, pp. 110-111).

Les mots : *« tourisme »*, *« patrimoine »*, et *« imaginaire »* esquissent les contours du *« trajet anthropologique »* pouvant être perçu consciemment ou inconsciemment par les touristes tant il y a des raisons anthropologiques qui motivent les touristes à s'intéresser aux manières de vivre des populations ; ils font le déplacement pour visiter ces populations dans leurs environnements authentiques créant du lien social et observant de près les manifestations physiques de leurs vies exprimées à travers l'art, la musique, la littérature, la danse, les jeux, l'artisanat, le folklore, les langues et les rituels. L'imaginaire transforme bien un lieu en destination, c'est une notion qui aide simplement à décrire les relations entre un sujet et d'autres domaines où s'exerce l'activité de l'esprit : art, pensée, mythe, religion et tourisme ; il peut être tout ce qui se rapporte aux formes symboliques qui aident à établir un lien entre l'individu qui construit sa destination dans sa tête en la façonnant par rapport à ses fantasmes et *« la destination réelle »* se situant dans un espace réel avec ses propres composants et sa référentialité, l'imaginaire lie l'intériorité et l'espace social réel (cf. Amirou, 2000, pp. 1-4 et Jafari, 2000, pp. 125-126).

Le tourisme culturel est apparu comme première conséquence de la démocratisation des vacances, il s'est subdivisé en d'autres formes lesquelles se rapportent toutes à la dynamique de renforcement des liens sociaux diamétralement opposée à l'approche économique.

Le tourisme balnéaire constitue la forme la plus connue du tourisme et fait l'objet à la fois de l'approche économique – tant les aménagements du territoire littoral et des plages prennent des parts considérables dans la budgétisation touristique – et de l'approche sociologique compte tenu de la densité des réseaux sociaux qui se créent dans les hautes saisons, en particulier dans les grandes métropoles balnéaires (cf. Mesplier et Bloc-Durrafour, 2015, p. 21).

La définition du mot *« littoral »* correspond à un système de rivage de côtes, il peut être limité à l'interface entre terre et mer et peut s'étendre également à toute région et son écosystème puisqu'elle influe directement sur la mer. En ce sens, le tourisme balnéaire n'a pas cessé d'évoluer. La diversité de ses pratiques (sportives, nautiques, culturelles, festives etc.) en fait l'argument majeur et indissociable du tourisme de masse, il a fait évoluer les usages de la plage et de la mer du cadre paysager inspirant les artistes à un lieu de pratiques de consumérisme diverses (cf. Delaplace, Kadri, Grenier, et Roche, 2022.) ; la mer, la plage urbaine et la ville côtière sont les éléments principaux de l'espace balnéaire auxquels, on rajoute des termes comme : *« les unités balnéaires élémentaires »*, *« hôtels et complexes hôteliers »*, *« les villages clubs »* et les *« marinas », « les fronts de mer »,* et *« promenades »* constituent l'imaginaire balnéaire.

Par ailleurs, la littoralisation massive et la ruée vers l'or bleu qui a entraîné un boom balnéaire ont fait réagir les spécialistes de la géographie et de l'urbanisme ; Julien Rebotier estime que certains pays qui misent sur le tourisme balnéaire comme une économie d'appoint surexploitent leurs ressources côtières jugées fragiles à cause de l'aménagement dense du territoire littoral et du passage du rural à l'urbain. Les villes côtières se peuplent densément à cause de la consommation des ressources spatiales exploitables par l'immobilier, d'où la nécessité de revoir les stratégies de mise en tourisme en adoptant des politiques claires a) consacrer des études d'impact sur les littoraux avant tout projet balnéaire ; b) protéger les espaces naturels ; c) privilégier l'aménagement du littoral en profondeur contrairement au développement linéaire observé sur les routes côtières et l'urbanisation de fronts de mer (cf. Menanteau et Vicente, 1979, p. 302). Ainsi, sur le rapport à la vie en général, la représentation du littoral en lui-même a changé depuis que l'essor du tourisme balnéaire a radicalement modifié le rapport de l'homme aux rivages (cf.Rebotier, 2021, p. 38). Les villes côtières sont des zones de contact sociaux entre des populations qui voyagent, qui émigrent même en quête d'emploi et d'autres qui viennent pour la consommation du territoire : *« Le rêve marin crée de la richesse et de nouvelles formes de conquête de zones littérales, les grèves sableuses deviennent des plages convoitées fixant de*

nouvelles villes en bord de mer à fonctions uniquement ludiques, les stations balnéaires » (Cabantous *et al*, in : ibid.).

Les grandes métropoles du tourisme balnéaire sont Los Angeles sur la côte Ouest de la Californie qui a accueilli 46 millions de touristes et a généré en 2022 environ 34 milliards de dollars de prestations touristiques (cf.LeBreck, 2023). Selon la plateforme de communication sur tourisme à Miami *« Miami guide »,* l'aire métropolitaine de Miami comprenant Miami Beach a accueilli 26 millions de touristes en 2022 en générant un bénéfice de 20,8 milliards de dollars soit environ 8% de plus par rapport à 2021 (cf. Miami Guide Staff, 2023). En tant que métropole et ville balénaire espagnole très prisée par les touristes étrangers, Barcelone a accueilli près de 10 millions de touristes dont 79 % de touristes internationaux ; selon les statistiques municipales, la ville a récolté plus de 7,6 millions d'euros (Ajuntament de Barcelona, 2023). Sur la Côte d'Azur (Alpes Maritimes et Monaco), le nombre d'arrivées de touristes est égal à celui de la région catalane (cf. De Paola, 2023). Rome, la capitale ancestrale, connue pour d'autres formes de tourisme notamment industriel et culturel, a accueilli plus de 15 millions de touristes en 2022 dont le tiers était formé d'internationaux (cf.Diskin, 2023).

Pour les autres parties du monde, Sidney a accueilli entre février 2022 et février 2023 près de 4,5 millions de touristes internationaux avec un total de recettes de 19 millions de dollars (cf. Tourism Australia, 2023) et les données aéroportuaires enregistrées à l'aéroport international de Cancun ont révélé que la fameuse station balnéaire mexicaine en Amérique Centrale a atteint un record en accueillant près de 30 millions d'estivants (Breaking Travel News, 2023).

Dans le même registre, les tourismes *vert, écotourisme, durable, rural et de montagne,* élargissent le champ du tourisme balnéaire, dans la mesure où les espaces touristiques peuvent être regroupés sous la bannière du patrimoine naturel et font l'objet de politiques de conservation, d'aménagement et de valorisation.

Le tourisme vert semble être en premier lieu une activité économique car il fait convoquer des acteurs cherchant à définir des produits touristiques adaptés aux clientèles de la société urbaine contemporaine, sa stratégie repose sur la valorisation et la protection des paysage naturels ; *le tourisme rural,* spécialité des pays alpins, en Allemagne et des pays scandinaves regroupe toutes les activités de récréation et le séjour hors des villes et dans les résidences secondaires ; il se définit de manière plus spécifique à travers les circuits en campagne qui sont généralement organisés en basse altitude dans l'arrière-pays invitant à découvrir ses vestiges contrairement au tourisme de montagne (cf.Béteille, 1996 et cf. Mesplier et Bloc-Durrafour, 2015, pp.23-24).

Le thermalisme (ou *tourisme de santé)* peut être rattaché sur le plan spatial soit au tourisme balnéaire, de relief et au tourisme naturel ; il concerne les séjours dans les installations thermales dans le but de vivre des expériences de cure et de bien être; c'est un phénomène

social et culturel dans lequel on alterne les pratiques récréatives dans l'eau dont l'usage est consacré également dans un registre exclusivement sanitaire (cf. Scheid, Nicoud, et Boisseuil, 2015, p. 4) ; le thermalisme fait partie également du tourisme médical lequel se traduit par une prise de conscience de l'importance du bien-être qui influence le choix pour certaines destinations (cf. Jafari et Honggen, 2016, p. 422).

Le tourisme spirituel précède le tourisme moderne dans la mesure où bien avant la naissance du tourisme, le fait religieux a généré des déplacements aboutissant à des échanges aussi bien culturels qu'économiques ; le tourisme culturel de par la logistique importante mise en œuvre (organisation de séjours, hébergement, restauration, transport) fait partie intégrante de l'industrie du tourisme. Une des facettes les plus caractérisantes du tourisme spirituel est le pèlerinage. Celui-ci se démarque complètement du tourisme ordinaire à tous les niveaux : de la prise de décision jusqu'à l'arrivée à destination. Si le touriste au sens propre cherche à partir en voyage pour changer d'air, se détendre et se divertir, le tourisme religieux réunit des pèlerins de diverses contrées dans des lieux saints, sanctuaires, temples et autres lieux *« sacrés »*, *« réputés sacrés »* ou *« sacralisés »* pour l'adoration et la dévotion, et en quête de régénérescence spirituelle. Le pèlerin contrairement au touriste est un voyageur qui se rendra dans un lieu dans lequel il inhibe ses tendances consuméristes pour purifier son âme, c'est un voyage qu'il aura choisi à un moment précis pour s'interroger au plus profond de lui-même sur les questions les plus importantes de sa vie et sur les choses qui l'entourent, c'est autour de cette sémantique que l'imaginaire religieux se construit.

Par ailleurs, le tourisme religieux peut être regroupé avec les tourismes *urbain, d'affaires et culturel* dans la mesure où ils ont plusieurs points en commun tant en ce qui concerne la fréquentation que les effets spatiaux ; ces quatre types donnent lieu à des séjours spatialement concentrés et plus ou moins brefs, impliquant une forte rotation de la clientèle (cf.Mesplier et Bloc-Durrafour, 2015, p. 24).

L'historien Alphonse Dupront a fait une distinction intéressante sur ce qui sépare le tourisme du pèlerinage et les horizons que les deux suscitent différemment : d'une part, le tourisme au sens propre ne s'inscrit pas dans la sacralisation de l'espace, il offre plutôt une nouvelle forme de mobilité dans une sorte de frénésie joyeuse au milieu du foisonnement des libertés ; il est corollaire à l'esprit « jeune » et centré sur le plaisir et le divertissement (cf.Dupront, 1967, pp. 97-99).

D'autre part, le pèlerinage se vit dans un certain espace et marche vers un but sacral, son sens détermine pour le pèlerin une mesure d'espace sacré et un sentiment mêlant espérances, prémonitions, tensions et efforts ; il se caractérise par sa globalité c'est-à-dire par l'accomplissement d'un acte sanctionnant avec succès un double achèvement d'un voyage

(aussi bien à l'intérieur de soi que dans un itinéraire physique), entrepris par un seul individu ou par un groupe social. Le pèlerin, dès le moment où il devient pèlerin, fait corps avec l'espace unique du pèlerinage, sa participation quasi indissociable fait la sacralité du pèlerinage, ce qui fait qu'il ne peut jamais y avoir un pèlerinage à moitié. Inversement, le tourisme découpe l'itinéraire en étapes sur lesquelles le touriste peut s'arrêter, il domine l'espace et le morcèle en fonction de ses préférences, il est son maître (cf. ibid, p.102).

Le tourisme sportif, s'articule autour d'actions sociales qui se déroulent durant les événements sportifs dans une compétition internationale. Sa physionomie et ses caractéristiques sur les plans logistiques et organisationnels sont similaires à l'évènementiel de culture et de musique rassemblant des touristes en masse de tous les continents. Ses facettes les plus marquantes sont les Jeux olympiques et la Coupe du monde de football qui sont organisés tous les 4 ans, à ceci, on rajoute les tournois internationaux majeurs de disciplines collectives comme le *handball, le rugby*, *le basket* et *le volley* et individuelles comme *le tennis, la boxe, le judo*, *le ski et le cyclisme.* Il s'étend également à d'autres évènements de compétitions se déroulant en saisons et qui concentrent moins de populations comme *la Formule 1*, *le rallye* et *le motocross* (figures emblématiques du sport mécanique) ou *l'escalade, le décathlon, la course à pied* etc. Le tourisme sportif se caractérise par son évènementiel très attractif dans une période limitée – la Coupe du monde de football se déroulant en un mois, et les Jeux olympiques en 15 jours – et rassemble aussi bien les acteurs engagés en compétition (les sportifs) que le public faisant partie intégrante de l'évènement. Un évènement comme la Coupe du monde de football ouvre la voie à pratiquement toutes les autres formes du tourisme dans l'optique d'achèvement d'une expérience globale. Selon les statistiques du Comité d'organisation de la Coupe du monde au Qatar, la dernière coupe du monde organisée pour la première fois sur le sol arabe, près d'un million de visiteurs ont visité le pays à l'occasion de l'évènement (cf. Qatar's Supreme Committee for Delivery & Legacy, 2022).

Aussi faut-il signaler que ces deux évènements planétaires engendrent des émotions et des sensations, le touriste d'abord n'est pas considéré comme un récepteur passif de stimuli environnementaux, il agit sur l'environnement en donnant du sens à ce qu'il vit (supporterisme) en fonction de sa personnalité, de ses connaissances, et de ses compétences acquises ; à partir du moment où le voyage et le voyageur ne font qu'un, l'objet du tourisme ne peut se comprendre sans le sujet « touriste », notamment dans sa manière d'appréhender et de vivre avec son *« imaginaire embarqué »*, les différentes étapes du déroulement du voyage (Wickens, 2002 ; Urry, 2005 ; Urbain, 1991 et 1998 cités par Decroly, 2015).

Le tourisme sportif et particulièrement en milieu footballistique génère toute une terminologie sociale relative à l'émotion du moment, comme le *« wantwotrisme »* algérien qu'on

peut décrire comme un *« pic de sentiment nationaliste »* ; la *« récupération politique »* symbolise les victoires des équipes de football arabes et le *« hooliganisme »* lequel enclenche des violences après les défaites de certaines équipes. La Coupe du monde c'est aussi le théâtre du *« brassage massif »* des populations sur un espace visité, ce qui déclenche parfois des sentiments d'« *anti-tourisme »* par la population locale (cf. Jafari et Honggen, 2016, p. 44).

À travers ce développement qui résume de manière non exhaustive les formes les plus connues du tourisme, nous concluons que l'offre touristique de qualité – en tout cas celle qui caractérise les pays jouant les premiers rôles dans l'attractivité touristique – repose sur la diversité et un équilibrage de prestations et une gestion intelligente des flux touristiques pour préserver les ressources naturelles et asseoir une politique de tourisme durable et responsable. La meilleure stratégie de développement et de promotion du tourisme se veut ensembliste ; des pays comme l'Italie, la France, l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la Turquie, les États-Unis, le Canada, le Mexique, le Brésil, l'Australie, la Chine et le Japon, sont concernés par un tourisme multiforme avec de légères différences en terme de préférence pour quelques formes particulières de tourisme, et cela est en rapport direct avec les dotations factorielles de chaque pays et avec ses compétences, sa population et sa culture. Le concept de *« produit touristique »* est esquissé dans sa globalité, c'est un *« ensemble complexe d'espace, de temps, de culture, de matérialité, de relationnel, de transactionnel, son offre est de plus en plus différenciée »* (cf. Lozato-Giotart, Leroux, et Balfet, 2012, p. 86), il est donc lié à la sémantique de l'expérience touristique qui couvre la relation visiteur/lieu visité, les représentations du touriste, les questions d'identités et de mobilité, et toutes les actions *« déclenchantes »* de l'expérience touristique (Annette et Jaworski, 2005, p. 1)

> Le produit touristique satisfait une demande dont les motivations correspondent à toutes les facettes de la vie individuelle et collective ; il intervient dans les espaces de vacances, loisirs et travail de chacun d'entre nous. Désormais, en fonction de nouvelles considérations éthiques, le tourisme n'est plus exclusivement vécu comme un produit […] mais comme une expérience de vie responsable eu égard aux populations locales et à leur environnement (Ibid., p. 86).

2 La mise en tourisme

Promouvoir une zone touristique veut dire lancer une mise en tourisme. C'est-à-dire la faire connaître sous d'autres cieux, en faire une *« destination »* et inciter des personnes venant de divers horizons à venir la découvrir et y séjourner dans une optique du libre-échange économique, culturel, cultuel, scientifique…

Si l'expression *« mise en tourisme »* a hérité des physionomies principales de construction, d'aménagement et d'embellissement des villes, elle renvoie aujourd'hui à un phénomène aussi

bien complexe (vu l'intervention de plusieurs acteurs) que difficile à suivre pour certains pays vu le rythme de développement qu'elle impose, d'où l'intérêt de l'enrichir sur le plan conceptuel. Cependant, ce qui la caractérise le plus dans sa définition est le dynamisme (cf. Kadri et Pilette, 2017, Chap**.** II et p. 44). L'aspect sémantique de base de l'expression *« mise en … »* renvoie à l'action d'établir, de modifier quelque chose ou quelqu'un dans son état, sa fonction, sa situation, sa forme extérieure, ses propriétés à l'instar de l'expression *« mise en valeur ».* La mise en tourisme ne signifie pas seulement modifier ou transformer, mais peut également porter sur l'exposition ou la construction d'une représentation à l'image de celle qu'on trouve dans la ville au regard de sa culture et de son patrimoine et d'autres lieux. Par ailleurs, elle se démarque d'une autre expression *« la touristification »*, laquelle ne porte pas le sens de *« planification », « de structuration ordonnée »* semble-t-il, selon le géographe Dewailly, celle-ci connote plutôt un développement spontané (ibid., pp. 46-47-48).

Sur la base de son sens initial *« transformation de l'espace aux fins touristiques »*, la mise en tourisme semble se renforcer dans le développement du tourisme urbain, où elle s'inscrit dans l'aménagement dans la perspective de mise en spectacle. Le géographe Georges Cazes, la réoriente dans une vision marketing où l'espace s'offre à ses potentiels visiteurs en faisant l'objet d'un programme de mise en tourisme reposant classiquement sur le triptyque *« promotion-équipements-évènements »* (cf. Delaplace, Kadri, Grenier, et Roche, 2022).

Son concept met en jeu trois notions fondamentales : *développement du tourisme*, *le discours touristique/sur le tourisme* et *la communication* (Annette et Jaworski, 2005, p. 1). L'articulation de ces trois notions est soulignée surtout pour voir comment les expériences et les performances touristiques peuvent être examinées à l'aune du discours et de la communication ; le discours définit l'expérience et la performance, stimule l'action et l'inaction par la restauration des liens sociaux, au même titre que la communication qui crée des relations sociales ; il importe de savoir, en outre comment leurs définitions ont été construites à travers l'expérience du contact humain y compris l'expérience touristique (Annette et Jaworski, 2005, ibid.).

Selon Éric Levet-Labry dans son analyse de la naissance du développement du tourisme au Maroc, la mise en tourisme est comprise dans la structuration, promotion et diversification du territoire (cf. Levet-Labry, 2014, pp. 41-62) :

1. « *La stratégie de planification et d'anticipation »* consiste à analyser les profils des touristes en les considérant comme des acteurs du développement touristique et économique, il s'agit de comprendre leurs conceptions et leurs représentations du voyage.

2. *« La stratégie de documentation »* est une étude permettant l'analyse des récits et des guides de voyage sur le pays visité ; une telle démarche vise à comprendre la façon

dont le touriste perçoit sa destination préférée et comment il façonne, par son propre regard nourri de son imaginaire, son espace touristique.

3. *« La modélisation »* est la mise en place d'une feuille de route touristique basée sur un modèle d'offre inventé et adapté aux dotations factorielles du pays concerné ou importé d'un autre pays leader dans un type de tourisme particulier (culturel, balnéaire, urbain, etc.). La modélisation intègre la population locale, les infrastructures, les informations pertinentes sur les lieux, et les différents organismes de promotion touristiques chargés de son exécution à travers la création des *« zones touristiques »*, et les constructions des infrastructures d'hébergement et de déplacement.

2.1 Stratégies de mise en tourisme

2.1.1 Le savoir-faire européen

Nombres d'arrivées par année ***p/mil ou p/md***	**Afrique**	**Europe**	**Amériques**	**Asie et Pacifique**	**Moyen Orient**
2022	47 millions	595 millions	156 millions	101 millions	66 millions
2021	20 millions	305 millions	81 millions	25 millions	25 millions
2020	19 millions	240 millions	70 millions	59 millions	20 millions
2019	69 millions	744 millions	219 millions	360 millions	73 millions
2018	67 millions	717 millions	216 millions	346 millions	68 millions
2017	63 millions	677 millions	211 millions	324 millions	64 millions
2016	58 millions	622 millions	201 millions	306 millions	60 millions
2015	54 millions	612 millions	194 millions	284 millions	63 millions
2014	55 millions	581 millions	184 millions	270 millions	66 millions
2013	55 millions	570 millions	171 millions	254 millions	62 millions

Tableau 2 Statistiques d'arrivées de touristes internationaux durant les dix dernières années selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) mises à jour jusqu'au 12/05/2023 (Organisation Mondiale du Tourisme, Mai 2023).

La stratégie de mise en tourisme en Europe est manifestée par un plan de coopération entre différentes entités économiques, ce qui forme un conglomérat continental. Les statistiques ci-dessus (tableau 2) affichent clairement la suprématie de l'Europe sur le flux d'arrivées de touristes internationaux entre 2013 et 2022. Avec plus de 566 millions comme moyenne d'arrivées de touristes internationaux par saison en Europe, celle-ci est supérieure de trois fois à celle des deux continents américains réunis ; de deux fois et demie à celle de la zone Asie et Pacifique, et de dix fois aux moyennes d'arrivées touristiques enregistrées respectivement au Moyen Orient et sur le continent africain (un peu plus de 50 millions d'arrivées), lequel demeure le continent le moins fréquenté de la planète.

La vision globale de l'Europe en tant que pôle économique est importante. Si on parle de l'Europe, il y a lieu d'évoquer l'Union Européenne qui a bâti sa force sur un acquis communautaire. L'UE se caractérise par un réseautage exceptionnel, les institutions travaillent

en étroite collaboration à plusieurs niveaux ce qui génère des résolutions, des directives, des stratégies et diverses décisions d'ordre territorial rapides, ce qui n'est pas le cas dans d'autres zones ; l'intégration politico-économique a gagné de nombreux pays, ponctuée par un important transfert d'autorité du niveau national au niveau supranational (cf. Anastasiadou, 2006, p. 20).

Cet *« acquis communautaire »* ne repose pas plus sur des facteurs exclusivement techniques ou économiques que sur le facteur politique. En effet, le véritable fondement de l'unité de l'Europe réside dans *« la tradition européenne »,* laquelle est alimentée par des traditions morales, intellectuelles et spirituelles ; l'Europe est l'épicentre de l'Occident qui représente une communauté de civilisations qui a subsisté dans certaines étapes de son histoire aux pires déchirements et aux guerres ; on trouve cette communauté dans tous les domaines de la vie de l'esprit, de l'art, de la science, de la technique, dans lesquels les échanges se multiplient favorisés par le développement des communications. Les traités qui se sont multipliés en Europe d'après-guerre, ont rappelé à chaque occasion de « faire l'Europe », c'est-à-dire lui donner une unification qui doit permettre aux États membres d'améliorer les capacités économiques et techniques, et d'accroître leur efficacité dans les conditions exigées par le monde moderne (Clergerie, Gruber, et Rambaud, 2016, pp. 1-2-24-29).

Sur le plan économique, l'Union Européenne a mis en place un marché commun en 1993 et s'est chargée du financement des projets par la création de fonds de développements régionaux. Ainsi entre 1994 et 1999 plus de 4,4 milliards d'euros ont été alloués aux plans de développements touristiques à travers tout l'espace européen. L'introduction de l'euro comme monnaie intra-européenne a été bien accueillie pour la florescence économique puisque cela a réduit les frais de commission sur l'échange de devises et la suppression des taxes sur les achats, et dans le même sillage l'ouverture de l'espace Schengen a permis de lever les restrictions de voyages pour tous les citoyens européens. Il y avait une réelle nécessité de mettre en valeur le potentiel du tourisme européen en chapotant des projets innovants à l'échelle supranationale par la mise en place de politiques régionales et en favorisant les coopérations interrégionales entre tous les États membres ; il en découle alors une amélioration de la distribution de l'offre touristique par saison et par territoire, l'investissement en communication et le partage de compétences ont permis de favoriser l'accès à l'information aux touristes, cette compétence justement, elle s'est élargie avec l'annexion de nouveaux pays de l'Europe centrale et de l'est à l'UE en 2004, (la République Tchèque, la Hongrie, la Pologne, la Slovénie et la Slovaquie), cela a accentué le potentiel de la destination Europe et contribué à la pérenniser au top des destinations mondiales ; l'apport de ces Pays en matière de diversification de l'offre est intéressant puisqu'ils enregistrent dès la première année plus de 8 % dans le total des entrées en Europe (Anastasiadou, 2006, pp. 20-25).

Les obstacles qui ont ralenti la constitution d'une *« macro compétence européenne »* pour le développement du tourisme étaient liés primairement aux réticences de certains pays comme le Royaume-Uni, l'Espagne et la Suède qui, en plus de s'appuyer sur leurs propres plans de développement, redoutaient des charges budgétaires et le transfert « total » de leurs expériences et de leurs savoir-faire patiemment construits avec d'autres pays qui venaient d'entrer dans l'Union Européenne et celle-ci a dû finalement rappeler l'importance d'harmoniser les compétences à l'appui de textes officiels rédigés dans divers traités, tout en laissant le champ libre au transfert de connaissances.

Le rêve de voir une Europe unifiée remonte à plusieurs décennies. Plusieurs facteurs ont facilité cette union notamment le désir d'étendre géographiquement l'Union Européenne par la diversité et la valorisation d'un patrimoine commun et dans ce contexte, le tourisme a longtemps été influencé par ces politiques, on peut donc considérer les circonstances de l'unification de l'Europe d'après 1990 comme un défi a plusieurs dimensions : le défi de l'identité s'articule autour du rattachement des pays de l'Europe de l'Est et centrale et leur capacité à se muer dans la nouvelle identité de l'UE, d'autant plus que dans les premières années qui ont suivi leur adhésion, ils suscitaient une sorte d'engouement et une certaine fascination de la part des visiteurs en tant que pays ex-communistes ; leurs nouvelles identités se sont construites sur la base d'encouragement aux diversités politiques et culturelles et non par suppléance de valeurs qui existaient déjà. Ces *« mutations »* se sont faites progressivement et selon le souhait de Jean Monnet qui disait : *« nous avons fait l'Europe, maintenant il faut faire des Européens ».* Sur le défi socioculturel, ces pays, qui traînaient derrière eux un lourd passé de l'URSS et devaient se repositionner sur plusieurs sujets relatifs à la culture, au patrimoine, à la liberté d'expression et à la manière de se comporter face au tourisme de masse, allaient donc vers une redéfinition de leur héritage à travers une adoption de nouvelles approches sélectives de présentation et de promotion du patrimoine local ; l'éducation a joué un rôle majeur puisque les mobilités et les échanges interculturels, l'encouragement au multilinguisme et la manière dont la culture et l'histoire étaient enseignées aux écoles et dans les universités témoignent de l'importance de promouvoir la tolérance et la compréhension (cf. Hall et Smith, 2006, pp. 32-36).

Sur le plan sécuritaire, l'Europe a fait abstraction du passé des guerres et des conflits politiques : la tenue de plusieurs traités et l'adoption de plusieurs résolutions dont la fameuse résolution permettant la libre circulation au sein de l'espace Schengen en 1992 à Maastricht ont permis à l'Europe de devenir le continent le plus sûr du monde (cf. Duthion et Mandou, 2016, p. 40).

Ces données historiques font que l'Europe est chaque année le premier continent à recevoir des millions de touristes du monde entier et à générer autant de recettes importantes, le savoir-faire européen réside essentiellement dans une stratégie ensembliste, des offres multiformes et une planification exemplaire. Sur le plan métropolitain, la plupart des métropoles européennes sont concernées par une mosaïque regroupant la majorité des types de tourisme. Entre 2018, 2019 et 2020, sur le top 10 des musées les plus visités au monde, 7 sites sont européens dont 4 situés uniquement à Londres ; le musée du Louvre à Paris avec une moyenne de 7,5 millions de visiteurs occupe sur ces trois années consécutives la première place mondiale (AECOM, 2023).

Selon les statistiques recueillies par le cabinet international de consulting Bain & Company en 2022, l'Europe, en recevant 51 % du total d'arrivées internationales, a généré entre 130 et 170 milliards d'euros de recettes pour le tourisme premium (ou de luxe) ; ces chiffres sont répartis entre cinq pays européens à savoir : le Royaume-Uni, la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne. Ces chiffres sont relatifs aux fréquentations de divers centres touristiques de haut de gamme tels que les musées, les foires, les galeries d'art, les centres-villes animés, les boutiques de luxe et les espaces historiques et architecturaux (ECCIA, 2022). Sur le rapport d'attractivité par le transport aérien, l'Europe doit sa première place au classement des arrivées internationales. C'est une zone qui a représenté plus de 30 % du marché mondial du trafic aérien en février 2022 (voir tableau 3). Sur les dix dernières années, on retrouve dans le top 10 établi par Skytrax sur les aéroports offrant les meilleures expériences de voyage, au moins trois aéroports européens à savoir : Munich, Londres et Zurich (Skytrax, 2022) ; l'usage de l'aéroport à l'ère moderne ne se limite plus à sa caractéristique primaire, utilitaire c'est-à-dire

	Part mondiale[1]	**Février 2023 (% en glissement annuel)** RPK	ASK	PLF (pt de %)[2]	PLF (niveau)[3]
MARCHÉ TOTAL	***100,0 %***	**55,5 %**	**35,7 %**	**9,9 %**	**77,8 %**
Afrique	*2,1 %*	87,9 %	62,3 %	10,3 %	75,6 %
Asie-Pacifique	*22,1 %*	105,4 %	61,2 %	17,1 %	79,2 %
Europe	*30,7 %*	44,1 %	27,9 %	8,5 %	75,2 %
Amérique latine	*6,4 %*	23,7 %	21,1 %	1,7 %	81,1 %
Moyen-Orient	*9,8 %*	70,6 %	37,6 %	15,4 %	79,8 %
Amérique du Nord	*28,9 %*	25,1 %	19,0 %	3,8 %	77,1 %

[1] % des RPK mondiaux de l'industrie en 2022 [2] Variation annuelle du coefficient d'occupation [3] Niveau du coefficient d'occupation

Tableau 3 Détails des marches des passages en février 2023, extrait du communiqué n°13 de l'Association Internationale du Transport Aérien IATA (source : IATA, 2023)

une infrastructure construite pour l'aéronautique ayant des voies ferrées, des voies de circulation, service de fret, terminaux, des services d'assistance, installations d'accès en surface, parking etc**.** Les aéroports en Europe ont fait l'objet d'un transfert de politique de gouvernance centrale à une privatisation, ce qui a donné plus de fluidité dans les démarches de

transformation du lieu en un *« hub intermodal »* qui fournit des services divers, des points de vente, tels que les magasins, des salons et des banques. Un aéroport est désormais une grande foire dans un espace international, une ville miniature qui offre l'occasion d'admirer toute la sémiotique du tourisme (cf. Morell, 2016, p. 12). Augustin de Romanet, président directeur général des Aéroports de Paris a affirmé que *« les aéroports, au même titre que les musées, les hôtels, les salles de spectacles ou les centres commerciaux, sont devenus des lieux d'hospitalité »* (De Romanet, 2015, p. 44) ; il a estimé en outre que l'échelle de performance des aéroports français devrait être augmentée régulièrement pour rester dans la concurrence mondiale notamment avec les aéroports asiatiques qui occupent ces dernières années les premiers rangs, un tel objectif serait d'autant plus nécessaire pour améliorer l'image de marque de la France (ibid.).

Le savoir-faire européen en matière d'offre touristique repose essentiellement sur la manière de coordonner ses divers pôles d'attractions touristiques à commencer par l'aéroport qui introduit dès l'arrivée la métropole et qui fait explorer à son tour les vestiges spatiaux, monuments historiques, stades de football, quartiers populaires, historiques, de shopping, palais de concert, zones industrielles, sièges gouvernementaux etc. ; « *tous les équipements urbains, des aéroports, systèmes de transports en commun, nouvelles ZAC65, bâtiments administratifs, sièges de collectivités territoriales, en passant par les grands complexes pour des manifestations sportives et culturelles, fondent l'identité et l'image d'une métropole* » (Siino, Laumière, et Leriche, 2003, p. 14). Cette *« itinérarisation »* invite à la pratique du dépaysement ainsi qu'aux pratiques de discours ; elle constitue un plan de base qui a toujours révélé le cachet historique d'une ville et son branding culturel, des atouts sur lesquels on peut bâtir pour le renouvellement de la créativité de la ville.

2.1.2 Stratégie de mise en tourisme par métropolisation

La mise en tourisme par métropolisation s'articule autour de pratiques de développement mettant en avant les performances d'une ville dans le domaine touristique. Il existe des pays dont l'attractivité touristique est centrée sur la métropole indépendamment du reste de l'espace géographique. La politique de mise en tourisme pour une métropole est différente de celle de tout un pays. La première différence, évidente, est que tous les efforts consentis pour transformer une capitale (administrative ou économique) en une métropole ou mégapole visent à mettre en avant l'image de marque de tout un pays et à montrer qu'elle peut se faire attribuer le statut de métropole dans une zone d'influence géographique. La deuxième différence concerne le fait que le projet de métropolisation constitue l'œuvre d'une stratégie différente de celle du développement touristique d'un pays continental (plus grand géographiquement) ;

[65] Zone d'aménagement concerté.

c'est un projet qui vise un développement rapide selon des facteurs généralement économiques. La ville devient un *« lieu-objet »* ouvert et à la portée de touristes en quête du summum des services de haut de gamme et aux investisseurs économiques en quête d'opportunités.

Dans le même contexte, nous pouvons nous référer au concept de *« servuction »*, un concept de marketing créé en 1987 par Pierre Eiglier et Éric Langeard, deux spécialistes de marketing français qui désigne le processus de signifie processus de création d'un produit (cf. Dufour et Maisonnas, 1997, p. 18). En créant ce concept, ils se sont inspirés de la théorie des systèmes laquelle propose différentes règles ou propriétés pour construire un système :

> Un système se compose de différents éléments ou parties identifiables et reliés entre eux. Un système fonctionne vers un objectif (ou finalité) et vers un état d'équilibre. Qu'il soit fermé ou ouvert, il comporte une frontière réparable. Enfin tout changement d'un élément du système entraîne un changement non direct du résultat du système (ibid., p. 18).

Ainsi, une métropole, serait à la fois produit et création, un système dans lequel interagissent plusieurs éléments, socialité, consumérisme, urbanisation, institutionnalité, mise en tourisme et pratiques discursives et communication.

Contrairement aux politiques envisagées par le système État-nation (par programmation échelonnée, quadriennales ou quinquennales sur divers espaces simultanément ou progressivement), la métropole fait l'objet d'une globalisation laquelle ne réduit pas la ville au rôle de gestion politico-économico-administrative, mais plutôt à un lieu d'industries de service, de marketing, d'innovation, de mobilisation et de consolidation d'un capital d'investissement et la formation d'un marché de propriété internationale (cf. Sassen, 1999, cité par Zhenhua, 2020, p. 51).

La globalisation est un paradigme pouvant être appliqué à l'échelle universelle dans les dimensions économiques d'élargissement, d'approfondissement et d'accélération vers l'interconnectivité mondiale dans tous les aspects de la vie sociale contemporaine (cf. Held *et al.,* 1999 in : ibid., p.52) ; à cause d'une telle interconnectivité, la globalisation peut être définie comme un état du monde impliquant des relations multiples d'acteurs au sein d'un espace multicontinental, ce dernier étant transformé en nouveau genre d'organisation spatiale (Keohame et Nye, 2000, p.105 in : idem.,).

Pour Boualem Kadri et Danielle Pilette, les grandes villes du monde (ex. New York, Paris, Londres, Chicago, Pékin…) dans leurs étendues géographiques sont passées par plusieurs étapes avant d'être transformées en villes créatives puis en métropoles et mégapoles. À la différence de la ville, la métropole offre plus de qualité de vie, elle requiert un leadership territorial et une forte concentration d'activités économiques (cf. Kadri et Pilette, 2017, pp. 72-

73-74). Dans sa conception plus récente, elle reflète un mode d'organisation économique dans un contexte de mondialisation, compétente selon les objectifs qui la sous-tendent :

> « Une place de la finance mondialisée (New York, Londres), une étape des Grands Prix de Formule 1 (Singapour, Montréal), un hub du transport aérien (Chicago, Londres), une concentration de valeurs immobilières élevées (Londres), un superlatif de la destination touristique (Dubaï), un creuset technologique (San Francisco/Silicon Valley). La métropole mondialisée du XXIème siècle se caractérise par la taille de sa population, difficilement inférieure à deux millions d'habitants, par la forte proportion de sa population instruite, par la valeur élevée de sa production économique, par ses services moteurs, par ses produits de haute spécialisation, par l'activité de secteurs industriels susceptibles de neutraliser le fossé éducationnel et par la coexistence dans son territoire de divers degrés de spécialisation des activités dominantes […] La métropole concentre une part importante de l'économie nationale » (ibid., p. 75).

Dans cet ordre d'idées, on peut prendre comme exemple les pays asiatiques et quelques-uns du Moyen Orient qui ont opté pour ce type d'aménagement dans leurs espaces respectifs dans une période relativement réduite (approximativement depuis les années 1980 à nos jours). Pour certains pays insulaires comme le Japon, Hong Kong, ou ceux du Moyen Orient, cela a été presque une injonction pour des raisons relatives soit à des conditions sismologiques (Japon), soit aux limites géographiques et naturelles empêchant de réaliser des projets d'exploitation touristique à caractère exponentiel sur la base d'une politique de tourisme diversifiée hors métropole (Hong Kong, Singapour et les pays du Moyen Orient). Des villes comme Tokyo, Séoul, Shanghai, Hong Kong, Pékin, Kuala Lumpur, Singapour, Doha, Dubaï, Abou Dhabi, Riyad, ont été orientées sur le plan conceptuel directement vers un tourisme urbain, métropolitain, dont la seule métropole constitue l'attraction touristique principale du pays.

Statistiques annuelles (Millions)	***2019***	***2018***	***2017***	***Statistiques annuelles (Millions)[66]***	***2019***	***2018***	***2017***
Dubaï[67]	*16,73*	*15,92*	*15,79*	***UAE***	*21,6*	*20,2*	*19,2*
Shanghai[68]	*8,9*	*8,9*	*8,7*	***Chine***	*65,7*	*62,9*	*60,7*

Tableau 4 Recettes touristiques de Dubaï et Shanghai entre 2017 et 2019

Nous avons pris les deux mégapoles Shanghai et Dubaï comme deux villes type où le tourisme métropolitain s'est développé à grande envergure. Comme le montre le tableau ci-dessus, Dubaï représente sur les années indiquées 79 % du total des visites sur tout le territoire des Émirats arabes unis, alors que Shanghai, porte d'entrée en Chine représente, près de 14% des visites sur le vaste territoire chinois.

[66] Sources recueillies sur le site de l'Organisation Internationale du Tourisme (OMT, 2023).
[67] Sources recueillies sur le site internet (Global Media Insights, 2023).
[68] Sources recueillies sur le site internet (CEIC, 2023).

Dubaï et Shanghai ont au moins un point en commun. Elles étaient à l'origine des villages de pêche – Shanghai avant 1074 (cf. Gugler, 2004, p. 27) et Dubaï en 1812 (cf. Kadri et Pilette, 2017, p. 134). Ayant connu le commerce de l'opium sous la colonisation anglaise au XIXe siècle, survécu aux massacres de 1926, à la guerre sino-japonaise en 1936 et à l'occupation japonaise entre 1942 et 1945, Shanghai se présente comme une métropole façonnée par ces évènements ; elle est aujourd'hui un hub industriel ayant un cachet historique et un fond culturel générant des récits et de la littérature. Plusieurs éléments de son héritage ont été combinés au fil du temps et ont servi à la construction de l'image d'une ville perçue aujourd'hui comme une ville-monde *« world-city »* devenant économiquement, culturellement, et socialement une marque internationale (Hemelryk Donald et G. Gammack, 2016, Chap. 6 §1) ; ses capacités en production industrielle (population et production denses) lui ont valu d'être une mégapole aux niveaux de vie très élevés, avec un taux d'urbanisation supérieur à 90 % (cf.OECD, 2012, p. 95).

Dubaï a été bâtie à travers la mise en œuvre de stratégies d'audace architecturale et des expériences en matière de planification urbaine, son parcours d'évolution est atypique. Si les grandes métropoles ont été façonnées par le fourmillement d'artistes et écrivains (et plus traditionnellement par des politiques d'urbanisation à un rythme progressif, épisodique, selon les périodes et les tendances à travers l'histoire), Dubaï présente un modèle d'émergence lequel a, pour ainsi dire, « brulé les étapes ordinaires » ; c'est aujourd'hui une ville post-moderne plus proche d'un assemblage de fragments (Koolhass, 2007, p.49, cité par Kadri et Pilette, 2017, p. 134).

Sa mise en tourisme a suivi une stratégie de diversification et un rythme de croissance soutenu et conséquent à partir des années 1970. Après avoir misé sur la pêche et sur le commerce des perles, appuyée par le FMI, son plan de développement économique a été étalé sur trois axes : a) lancement d'évènements de notoriété régionale et mondiale ; b) promotion de l'image de l'Émirat comme plaque tournante dans les affaires internationales ; c) consolidation de son caractère institutionnel. Quant au tourisme, il a été géré sur des critères de performances entrepreneuriales et de compétitivité. Ces stratégies ont vite porté leurs fruits, puisque l'Émirat a été propulsé vers le top des destinations de luxe les plus prisées au monde. La compétence touristique de Dubaï repose sur ses dotations factorielles puissantes. Les équipements aux styles audacieux conçus par des architectes d'origines diverses et de renommée internationale (Jean Henri Nouvel, français, Frank Gehry américano-canadien, Zaha Hadid, américaine aux origines iraquiennes, Tadao Andō, japonais, Ieoh Ming Pei, américain aux origines chinoises) ont donné une allure impétueuse et iconique à la métropole : Burj Khalifa, Dubaï Mall, l'hôtel Bordj-Al-Arab constituent l'espace luxueux de Dubaï animé par la diversité d'activités de consommation

qu'elle propose, conjuguées avec une qualité de service exceptionnelle (cf. Kadri et Pilette, 2017, p. 135 et Steiner, 2014, Chap. II, §1).

Ces deux métropoles ont donc été assimilées au projet d'une *ville-monde*, comme expliqué par Klaus Segbers, Simon Raiser et Krister Volkmann. Le concept ville-monde ou *« ville postindustrielle »* se base avant tout sur l'économie et sur la position géographique qui serait favorable aux pratiques commerciales, aux affaires économiques, à l'évènementiel économique en zone d'influence politico-économique car c'est bien l'économie qui alimente les projets de métropolisation :

> Lorsqu'on parle de « faire » rassembler des régions en une ville mondiale, on supposerait la mise en place d'une stratégie sous-jacente de marketing destinée à promouvoir l'objectif d'une ville de devenir, une ville mondiale. Et en effet, en raison de l'évolution générale des politiques urbaines vers l'entreprenariat et la compétitivité, les stratégies de marketing urbain ont affiché une croissance constante dans le monde entier. Ces campagnes visent généralement à redorer l'image de la ville comme celles qui aiment se présenter comme modernes, économiquement prospères et culturellement diversifiées. Afin de renforcer la position d'une ville-région dans la compétition mondiale pour les capitaux, le savoir-faire et les touristes, les administrations municipales s'efforcent de mettre en avant les qualités locales spécifiques qui décrivent leurs villes comme des lieux uniques avec une qualité de vie élevée (cf. Segbers, Raiser, et Volkmann, 2007, Chap. IV.) [Notre traduction][69] .

Plus loin encore, pour le spécialiste de géographie Christian Steiner, leurs espaces luxueux, appellent à une reconnaissance internationale grâce à leurs architectures emblématiques qui projettent des impressions positives et des imaginaires englobant les paysages de toutes leurs zones respectives (celle du Golf et de l'Asie de l'Est et du Sud) ; elles témoignent également de politiques de remaniements économiques, des politiques urbaines et sociales de leurs espaces respectifs ; autrement dit, ces métropoles ont été bâties sur la base d'échanges de capitaux économiques par des capitaux symboliques (Bourdieu, 1979 et 1983 cité par Steiner, 2014, Chap. II, §2). Il estime en outre que Dubaï et Shanghai en tant que villes *« fonctionnelles »* se caractérisent par le critère d'hyperréalité, lequel fait vendre leurs images de marque. En effet, le concept d'hyperréalité a été élaboré par Jean Baudrillard qui renvoie à une imitation de la réalité. Il considère qu'une chose devient hyper-réelle à partir du moment où elle semble réelle, mais « en réalité » elle ne l'est pas ; le processus de l'hyperréel peut être décrit comme

[69] Dans les termes des auteurs: « when talking about "making" a global city region, one may assume and underlying marketing strategy designed to promote a city's goal of becoming a global city. And indeed, due to the general shift of urban policies towards entrepreurship and competitiveness, there has been a steady growth of city marketing strategies around the world. Such campaigns usually aim at reinventing the image of the city. Cities like present themselves as modern, economically successful and culturally diverse. In order to strengthen a city region's position, the worldwide competition for capital, know-how, and tourists, city administrations strive to highlight the specific local qualities that portray their cities as unique places with a high quality of life ».

générant quelque chose qui élimine la contradiction entre le réel et l'imaginaire (Baudrillard, 1993, p.71, in : ibid., p.21).

L'hyperréalité répond aux exigences de marketing urbain et se matérialise par les espaces iconiques lesquels font « *vendre* » une destination. Dès lors, la construction de l'image, le branding culturel et le marketing de métropoles peuvent être considérés comme des procédés interconnectés conçus pour réinventer un espace. Dans le même ordre d'idées, Shanghai à l'instar des autres métropoles comme Istanbul, New York, Paris ou Londres, a fait usage de son architecture, pour promouvoir son image, créer de la croissance économique, des stratégies qui l'ont élevée au rang des mégapoles les plus prolifiques du monde. En construisant des espaces hyper-réels en tant que signes matérialisés, les développeurs urbains, en plus de viser un renouvellement de son image préexistante, créent, construisent et définissent une nouvelle identité spécifique d'un lieu ou d'un quartier, comme celui du Moganshan road transformé en *« M50 creative park »* ; ce lieu de production industrielle de textile par le passé, fut planifié, labélisé et transformé en musée et agences de création artistiques exploitables pour le tourisme afin de renforcer l'image et le rayonnement de Shanghai comme métropole culturelle au rang international. Pour cela le site a fait l'objet d'une mise en récit à travers la création d'un logo qui reflète sa nouvelle identité artistique et un site internet permettant de faire découvrir Shanghai en miniature, comme symbole d'art, de créativité et de vie (cf.Michel, 2022). Par conséquent, la construction des espaces hyper-réels est idéale pour la création d'identités locales commercialisables (cf. Steiner, 2014, p. 24).

De même, certains endroits à Dubaï témoignent d'une construction d'espaces hyper-réels. La station de sports d'hiver *« Ski Dubaï Hall »* peut être décrite comme un endroit imitant le réel ou comme un processus d'implantation d'un fragment appartenant à une autre nature, (à un autre réel) dans le but d'en faire une copie, ce qui rend le nouvel endroit multifonctionnel et consommable à l'extrême. Le même procédé s'applique pour *« Palm Jumeirah »* dont la conception a été inspirée de la culture architecturale des pays du Golf et leurs symboles.

La mise en communication ou la mise en discours d'une métropole, d'une mégapole ou d'une ville post-industrielle constituent le point final de la mise en tourisme car on considère qu'un espace ayant fait l'objet de multiples transformations visant à le rendre hyperréel, créatif et consommable, doit être promu et valorisé par une dynamique communicative pour le faire connaître à l'échelle internationale. Cela passe par des créations discursives au même titre que les créations matérielles. En cela, des supports aussi bien visuels que textuels sont mis en service. Les images sont liées aux discours ; les deux façonnent la manière dont les gens perçoivent et interprètent la réalité. Leur relation est complémentaire, l'image peut servir comme un puissant moteur de mobilisation de différents types d'investissements sur

l'information visant à créer un imaginaire positif, ce qui est généralement le cas quand on s'adresse au monde extérieur. En outre, les discours servent à déployer des cadres de référence relative à des questions et problèmes pertinents. Sur la base de cette logique, les politiciens argumentent leurs positions à l'égard de certaines situations en se livrant à des pratiques discursives bien précises. Par conséquent, les stratégies discursives visant à mettre en valeur une métropole ou une ville créative dépendent des objectifs qu'on lui a fixés, à savoir : *« une ville de classe mondiale »*, *« une ville futuriste »* ou une ville *« post-industrielle »*. Chaque discours, qu'il soit verbal ou visuel, est appliqué à une circonstance particulière de la ville à un moment donné de son histoire (cf. Segbers, Raiser, et Volkmann, 2007, pp. 234-236).

2.2 L'expérience touristique

L'expérience touristique est ce par quoi, on stimule des sens, et les souvenirs d'un voyage. Avoir une expérience signifie éprouver quelque chose par rapport aux faits et les évènements avec lesquels les individus interagissent (cf. Decroly, 2015) ; Dean MacCannell, considère pour sa part que l'expérience touristique authentique de par son caractère ou pas, dépend avant tout des objectifs de la destination (MacCannell, cité in ibid.,). Elle est un processus pas si clair à définir tant elle se rattache soit aux impressions du touriste par rapport au lieu visité, soit à sa propre place « dans ce même lieu », soit aux actes de consumérisme effectués par le touriste dans le lieu de loisir pour se redécouvrir et se réaffirmer afin de triompher des problèmes du quotidien (cf. Quinlan Cutler et A.Carmichael, 2010, pp. 3-4).

Safaa Larby et François Bédard estiment qu'une expérience touristique n'est ni évidente ni systématique. Elle requiert des réflexions sur l'espace en tant que tel et sur les habitants comme acteurs influant sur cet espace. L'étude devrait alors être comportementale ou cognitive autorisant l'actualisation de l'image de la destination visitée (cf. Bédard et Larbi, 2014, p. 66). Le propre de leur étude a porté sur la relation qu'entretient l'image avec le concept de soi du touriste. Ils s'interrogent sur la relation qui existe entre l'expérience créative vécue par le visiteur dans une destination comme Marrakech (sujet de leur étude) et sa satisfaction du séjour, plus l'image qu'il se fait de cette destination et son engagement envers elle :

> L'expérience touristique est un moment riche et intense qui active nécessairement un processus de lecture et de décodage de l'expérience, de déconstruction et de reconstruction du sens et de l'image ; l'image qu'une personne se fait d'une destination n'est pas anodine. Elle se construit par la juxtaposition ou l'enchevêtrement de plusieurs facteurs psychologiques, culturels, socioprofessionnels et aussi par l'expérience personnelle vécue […] l'image est parfois plus importante que la réalité étant donné la primauté de la perception dans le monde de la motivation touristique (Bédard et Larbi, 2014, p. 70).

Prenant comme référence le poids de l'image d'une destination comme catalyseur de la reconnaissance d'un besoin ou d'un désir et, par conséquent, un élément déclencheur de l'expérience du voyage, Safaa Larby et François Bédard expliquent la relation qu'entretient le touriste avec sa destination *« préférée »* comme un engagement envers une marque. Le terme provenant de l'anglais *committment* trouve son origine dans les ressources humaines pour décrire la relation entre un individu et l'organisation à laquelle il appartient (cf. ibid., p. 71). Ils se réfèrent aux travaux de plusieurs penseurs américains en marketing tels que Morris B. Holbrook, Arjun Chaudhuri, Meyer et Herscovicth sur l'émotion et les motivations des consommateurs, ainsi ils définissent trois types d'engagement affectif :

> Les touristes développent un engagement envers la destination touristique et une relation durable avec cette dernière…l'engagement affectif se caractérise par le désir du touriste de se rendre à nouveau dans une destination donnée. Cette forme d'engagement relève d'abord et avant tout des caractéristiques touristiques de la destination qui permettent au touriste de vivre une expérience recherchée. L'engagement calculé, voire intéressé, se caractérise par les coûts associés si le touriste cessait de se rendre dans la destination en question…l'engagement moral du touriste relève d'un sens d'obligation ou de loyauté de celui-ci qui le pousse à continuer de se rendre dans une même destination (Ibid.,71-72).

L'expérience touristique peut être également définie selon un critère psychologique – que Boualem Kadri nomme *« aspect subjectif »* (état mental face à un objet) (cf. Kadri et Pilette, 2017, p. 127) – qui concerne le touriste lui-même et son sentiment à l'égard de sa destination. Elle relèverait dans ce cas de l'ordre de l'intime et porterait sur ses appréhensions, des doutes, des espérances et des motivations, par rapport aux étapes envisagées dans le voyage (Laplante, 1996, p. 79). En s'appuyant sur les travaux du théoricien et spécialiste du tourisme Jafar Jafari, Marc Laplante estime que l'expérience touristique (personnelle) fait partie du système d'action touristique lequel n'est pas partagé par tout le monde ; il se situe dans la période entre *« l'avant-voyage »* et *« l'après-voyage »* : cela passe par six séquences interdépendantes : *« le point de départ et sortie d'un monde ordinaire » ; « la séquence d'émancipation » ; « l'entrée dans un monde animé » ; « phase de rapatriement » ; « l'expérience acquise » ; « le temps d'absence »* (ibid., p.80). Nous avons résumé ces séquences comme suit et les avons enrichies avec l'apport d'autres sources théoriques (cf. Laplante, 1996, pp. 83-93) :

Dans la phase *« du début de l'expérience »* (phase de départ), le touriste travaille son imaginaire et réfléchit sur la possibilité d'entrer dans un « *monde sacré »* et de quitter temporairement *« le monde ordinaire »* dans lequel il vit, le monde sacré constituant une sorte de paradis artificiel, empli d'aspirations positives et esthétiques du touriste. Dans cette optique, les motivations, la satisfaction ou l'insatisfaction, les informations réunies à propos de la destination font partie

de l'évaluation du voyage de loisir à entreprendre. Les motivations dictent les choix à prendre et l'expérience consentie. Selon John Crompton, spécialiste des sciences touristiques, elles se manifestent par des désirs d'escapade et à travers les facteurs d'attraction et de répulsion ; les facteurs d'attraction sont les motivations conduisant au motif de quitter chez soi pour une escapade, pour fuir la routine et un emploi stressant et les facteurs de répulsion s'articulent autour de l'imaginaire de la destination voulue, réunissant ses facteurs exogènes tels que les paysages, les monuments les activités et les éventuels bénéfices personnels (cf. Quinlan Cutler et A.Carmichael, 2010, pp. 9-15).

Dans *« la phase d'émancipation »* le touriste aura pris sa décision et s'apprêtera à effectuer son voyage. Elle ponctue l'accomplissement de deux sous-phases *(« la séparation de l'ordinaire » et « le début de manifestation de l'esprit touristique »*), qui opèrent ensemble pour changer l'individu en touriste ; la séparation est vécue comme un déracinement, un arrachement même s'il s'agit d'une période temporaire, elle constituerait pour certains touristes une source de perturbation dans la mesure où même s'ils prennent la route ou l'avion, ils restent affectivement collés à la maison, Jafari explique cette phase en disant que le touriste s'est détaché du foyer à l'échelle spatiale, mais qu'il n'aura pas franchi les seuils socioculturels de la vie quotidienne.

« La phase de l'animation », qualifiée également de phase de *« transe touristique »,* celle du jeu et de la fête (cf. Gagnon et Gagnon, 2006, p. 101), constitue le moment le plus fort de l'expérience touristique dans laquelle le touriste s'adonne librement à ses activités planifiées ou non envisagées ; il vit le moment présent et se laisse gagner par l'ambiance du nouvel espace conquis, consommé. Toutes les conditions d'accès à l'expérience touristique sont manifestées dans le réel, dans une ambiance quelconque, dans l'émotion face à un paysage, dans la sensation du corps lors d'une randonnée ou d'une descente à ski, ou dans une rencontre avec l'altérité (cf. Stock, Coëffé, Viollier et *al,* 2020, p. 46). Tous ces états perdurent jusqu'au moment où le touriste commence à penser à la phase du retour.

« La phase de rapatriement » est la phase du retour à la maison, elle se produit précisément quand le touriste laisse derrière lui l'environnement qu'il a visité et la zone spatiale remplie de défoulements, d'excès, de souvenirs etc., elle est assimilable à une *« descente »* vers la vie ordinaire et à une *« résignation »* à retrouver le quotidien habituel.

« L'expérience acquise » est une phase dans laquelle le touriste tente de replonger progressivement dans la vie ordinaire, tout en se remémorant son expérience (positive ou négative). Les sentiments de satisfaction ou d'insatisfaction surgissent en général en aval de l'expérience, la mémoire est un mécanisme de filtrage cérébral qui est relié aux ressentis du touriste par rapport à un évènement quelconque, elle intervient dans l'interprétation et la transformation de l'expérience à travers la narration (cf. Quinlan Cutler et A.Carmichael, 2010,

pp. 15-16-17). De ce fait, le touriste, en partageant son expérience, peut convaincre ou dissuader son entourage selon son ressenti. Par ailleurs, dans certains cas, la phase *« d'expérience acquise »* peut faire apparaître de nouvelles attitudes jugées pour le touriste utiles car ramenées de l'espace paradisiaque dans lequel il se trouvait.

« Le temps d'absence » se réfère au choc culturel que le touriste peut ressentir à son retour à son espace ordinaire. Elle s'explique par le fait que l'absence, si elle est longue, entraîne des changements aux yeux du touriste, il a l'impression d'avoir vécu, dans une période plus ou moins réduite, dans un autre espace, à un rythme effréné et intense, et il aura besoin de plus de temps pour se réadapter au mode statique que dégage *a priori* son environnement ordinaire en ayant conscience, bien avant qu'il le quitte, qu'il était déjà ordinaire !

Chacune de ses étapes qui englobent tout le séjour touristique et qui relèvent du *« système tourisme »* défini par Jafar Jafari est exploitée par les promoteurs du tourisme pour planifier une bonne mise en tourisme. Par voie de conséquence, cela coïncide avec la définition que Jean-Didier Urbain donne de l'expérience en la situant dans l'ensemble des états engendrés par ce que l'individu vit avant, pendant et après le séjour touristique (Urbain cité par Decroly, 2015).

2.3 Communication touristique

Parmi les facteurs exogènes de l'expérience touristique on peut citer les supports de promotion touristique s'appuyant particulièrement sur le volet communication. Le volet publicitaire est mis en avant pour promouvoir l'espace du pays tant au niveau local qu'au niveau international ; les publicités touristiques sont conçues de manière qu'il y ait une correspondance optimale entre les facteurs d'attractivité et les motivations des visiteurs potentiels. Tout passe par l'imaginaire qui reste l'élément le plus important dans tout acte de communication. Partant du fait que les produits touristiques sont des produits d'appels, immatériels, qui ne peuvent pas être préalablement testés, l'image et le spot publicitaire sont les seuls supports qui permettent d'entrevoir l'avenir supposé de l'expérience touristique selon le prisme de chaque individu ; les annonceurs insistent surtout sur ce volet tant sur le plan linguistique que verbal. Les images créées par le langage de promotion touristique agissent à la fois comme stimuli à la consommation et comme un substitut à l'évaluation du produit en l'état (cf. Zain et Wilson, 2019, pp. 10-11) :

> L'achat d'un ticket de théâtre, d'un concert ou d'un billet d'avion n'est en rapport qu'avec l'image qui se présente au client sous formes d'associations de signes symboliques regroupant des mots, des sons, des images etc. Le produit est donc une mise en scène merveilleuse qui construit l'imaginaire. C'est dans cette optique que les expériences touristiques sont conçues pour vendre du rêve et que le tourisme lui-même est une illusion qui crée une atmosphère

> d'enchantement (Morgan et Pritchard, 2010, p.10 cités par (Zain et Wilson, 2019, p. 12) [Notre traduction].[70]

Le prise en compte de la culture s'impose dans la mesure où il faut maîtriser les techniques permettant de s'adresser à des touristes potentiels en ayant conscience des différences culturelles entre les peuples ; le fait d'être à la page à propos des différences culturelles permet d'outrepasser certaines situations dans lesquelles les touristes réagissent différemment à une quelconque communication. En saisissant ces différences culturelles sur les plans comportemental, sentimental et dans la manière de voir la réalité, les publicitaires anticipent les réactions de leurs futurs clients en diffusant des messages ciblés (cf. Zain et Wilson, 2019, p. 13).

L'industrie touristique cherche à atteindre ses clients à travers un processus de communication formulant des intentions de vente et poussant à l'achat et au réachat, en invitant à choisir une destination dans un délai escompté. Elle met en place *« un processus de communication »* cherchant à toucher directement les cibles ou des relais d'opinions (journalistes, agents de voyages, blogueurs, organismes promoteurs hors média) qui influenceraient à leur tour les mêmes cibles. Le processus de communication s'appuie sur *« une budgétisation publicitaire »* et *« un brief d'agence »* qui détaillent les objectifs marketing et le contexte de diffusion des annonces par rapport aux éventuels concurrents. Le processus met en place une diversité de diffusion de l'information ou le *« médiaplanning »* pour atteindre au maximum les clients et les fidéliser. Le médiaplanning, est un outil permettant de mettre en œuvre des orientations stratégiques de communication élaborées par l'entreprise. Les principaux canaux de diffusion prisés sont la presse, la télévision, la radio, l'affichage extérieur (celui-ci permet une forte visualisation et une grande souplesse d'utilisation et même si le message linguistique est réduit, ce sont les images fortes qui se chargent de transmettre l'essence de la publicité). Les brochures sont également des outils importants pour la promotion touristique puisqu'elles fournissent des détails abondants sur les destinations vantées en publicité et l'on a enfin internet en tant qu'espace numérique très large permettant de stocker les informations sans encombrement. De plus, internet offre un environnement multimodal, lequel favorise la création des sites et plateformes mêlant textes, images et sons (cf. Stock, Coëffé, Viollier, *et al*. 2020, pp. 271-283). Selon Christiane Petr, la communication touristique est axée sur deux volets principaux : *« donner envie de partir »* qui est une stratégie basée sur les motivations des touristes et le *«*

[70] Dans les termes de l'auteur: « The customer buys a holiday, a theatre ticket or attends a concert purely on the basis of symbolic expectations established promotionally through words, pictures, sounds and so forth. In this way, leisure and tourism experiences are literally constructed in our imagination through advertising and the media. Indeed, it has often been said that tourism marketing is about selling dreams and that tourism itself is about illusion, or about the creation of 'atmosphere' ».

marketing d'une destination » s'agissant de promouvoir une destination. Pour le premier cas, la stratégie se base sur l'emploi de l'imaginaire du voyage à travers la stimulation du rêve et les envies de départ en projetant directement des scènes idylliques en famille, avec la population locale, ou des émotions vécues individuellement (cf. Petr, 2015, chap. 1 et p. 12).

Pour le second cas, la promotion de la destination s'articule autour de *« l'audit touristique »*, le choix ciblé de la clientèle, l'affichage d'une identité touristique qui se démarque des autres, laquelle serait synonyme d'une instauration d'un rapport de confiance et enfin, rendre le lieu *« consommable »* ; l'audit touristique s'appuie sur un long processus permettant de sélectionner la destination la plus singulière et la plus attractive en passant par plusieurs critères (*analyse concurrentielle*, *axe de singularité*, *axe d'identification* et *axe d'opposition*). Le choix d'une destination fondé minutieusement sur ces critères nous fait passer à *« l'étude de marché touristique »* qui vise à sélectionner les clients prioritaires en fonction de leur affinité avec la destination sélectionnée et leurs capacités dépensières ; le plan marketing annexé au plan d'offre permet de raffiner le programme de destination à travers la labélisation (garantissant une qualité de service), la coordination des actions touristiques et l'implication des habitants. Enfin, l'invitation à *« consommer »* la destination par une tarification qui répond à un bon rapport qualité-prix valide tout le processus (ibid., résum pp Chap. II – p. 50).

2.4 Supports de promotion touristique

2.4.1 Les supports écrits

2.4.1.1 Les guides

Au passé, les voyages où l'on parcourait des milliers de kilomètres ne commençaient que par un seul pas. Aujourd'hui, ils commencent avec le guide. Dès lors, la lecture des guides de voyage fait partie du processus de préparation et d'anticipation. Les guides de voyage sont écrits et consommés dans l'intention d'envelopper le voyageur dans l'atmosphère de sa destination. Ils ont un potentiel émancipateur et sont présentés comme tels ; il se caractérisent par leur didacticité et leurs discours instructifs, ils peuvent donc être classés sous la rubrique de littérature apodémique (cf. Jack et Phipps, 2005, p. 78). Selon Lorenzo Devilla, les guides touristiques favorisent la médiatisation d'un territoire et contribuent à sa valorisation. Ils sont à la fois source d'information et de création d'images sur une destination (cf. Devilla, 2017, p. 1). Les guides touristiques sont conçus de manière plus rigoureuse, ils servent essentiellement à diffuser l'information de manière objective laquelle consiste à mettre le touriste absolument au courant de tout sur sa destination. On peut dire que, dans un guide touristique, on s'attend à trouver un contenu qui tend beaucoup plus vers une littérature de voyage que vers une réelle promotion, cette dernière se caractérisant par un discours plus épidictique.

Néanmoins, selon d'autres spécialistes, si on examine les pages de couverture de quelques magazines touristiques, il existe quelques traces de promotion des destinations. C'est la position adoptée par Gustos Dionysis, Marcel Burger et Fabienne Baider qui considèrent que *« Les guides touristiques se trouvent surdéterminés par une visée globale de type promotionnel expliquant le recours généralisé aux procédés évaluatifs positifs. Ceux-ci définissent essentiellement le lieu et la destination et ses habitants. Par-là, le discours touristique s'apparente au discours publicitaire »* (Dionysis, Bruger, et Baide H, 2005, p. 18).

Dans le même ordre d'idées et sur le plan conceptuel, le guide touristique constitue un discours imagé compte tenu de ses trois caractères suivants :

1. Ses images tentent de reproduire exactement ou analogiquement la réalité décrite.
2. Ils produisent eux-mêmes, virtuellement des images en traduisant la réalité par le discours.
3. Ce même discours se caractérise par ses comparaisons et ses analogies (cf. Raus, Cappelli, et Flinz, 2017, préf X.)

Selon Sophie Moirand, le guide de voyage est carrément similaire à celui de publicité dans la mesure où il cherche à capter des lecteurs qui s'imprègnent de tout le contenu comme des voyageurs intelligents contrairement aux touristes novices qui se contenteraient d'une lecture superficielle. C'est dans la relation *« voyageur intelligent »* et *« instance énonciatrice »* faisant office de *« bon conseil »* qu'un échange d'expérience peut être conclu : *« le discours touristique se présente comme un ensemble de textes ordonnés à visée promotionnelle inséré dans un « ouvrage de didactique de voyage ».* En ce sens, le guide touristique est un compte rendu d'expériences rédigé par un expert de voyage qu'on appelle le *« scripteur »* au profit d'un *« lecteur »* désirant amorcer sa première aventure touristique. Dans cette optique, il instaure une relation contractuelle entre le scripteur en tant qu'instance énonciatrice et experte proposant une expérience touristique à aller chercher et à *« confirmer »* par l'acte de voyage, et le voyageur, l'instance novice (cf. Moirand, 2005, pp. 18 et 151-170).

2.4.1.2 La brochure

La brochure touristique est un moyen essentiel de commercialisation des voyages à forfait, leurs tirages émanent de la responsabilité des fournisseurs des packages et les tours opérateurs dans l'objectif d'en vendre des millions d'exemplaires par plusieurs canaux de distribution notamment dans les moyens de transports (compagnies aériennes) et dans les infrastructures hôtelières. Les brochures sont des produits d'appel. Les principaux arguments commerciaux utilisés dans les brochures touristiques sont les photographies en couleurs suggérant l'intérêt du voyage et les prix d'appel visant à attirer l'attention du consommateur par la qualité de la

mise en page (Vellas, 1995). En tant que support de promotion touristique moins léger que le guide, la brochure propose une lecture hybride, en invitant d'une part à lire les informations écrites détaillées sur le produit touristique et d'autre part, en mettant l'accent sur les éléments visuels (photos, cartes, animations et vidéos) avec des informations verbales limitées, (ex. la brochure illustrée) promouvant une destination particulière (cf. Zain et Wilson, 2019, p. 17).

2.4.1.3 Le dépliant

Le dépliant constitue le moyen le plus économique servant à présenter un produit ou une gamme de produit sous une forme durable et attractive. S'il est moins volumineux et peu encombrant, il nécessite en revanche une conception très esthétisante, de sorte qu'il doit *« capter l'attention »* de son lecteur dès le premier contact. Il se caractérise notamment par une photographie accrocheuse (illustrations, schémas etc.) qui enclenche l'envie de se le procurer, un argumentaire technique qui donne confiance et des informations – notamment à travers une lecture des deux faces mettant en valeur les offres promotionnelles conduisant à un éventuel acte d'achat (cf. Moinet, 2006, p. 360 et Malaval et Décaudin, 2005, p. 161).

Pour Bernard Dobiecki, le dépliant, de par son contenu, permet l'exposition progressive de ses arguments au fur et à mesure des plis de l'imprimé. C'est pour cela qu'au début, il n'est pas surchargé par le texte, il invite à la lecture par l'image comme élément d'accroche, il comprend des mécanismes énonciatifs se rapportant à la rédaction de messages publicitaires. En ce sens, il suit la logique suivante : énoncé de proposition, développement, exemples, conclusion, ce processus est étayé par la promesse, la justification (renforcer le contenu par la photo) et la réassurance (cf. Dobiecki, 1984, pp. 46-47).

2.4.2 Les supports numériques

2.4.2.1 Le portail numérique

Les notions de plateforme et portails semblent selon nous inter-mêlées tant elles rendent compte généralement des mêmes pratiques. Néanmoins, le portail se caractérise par son caractère normatif, le langage qu'il recèle dans ses hyperliens est relatif à des informations à caractère officiel. Dès lors, quelqu'un dit : *« je vais m'informer sur le portail de la ville X »*, cela suppose qu'il cherche avant tout à trouver des informations précises : coordonnées d'établissements publics, des forces de l'ordre, de la protection civile, ou un aperçu général sur la ville ou la commune ainsi que les personnes qui l'administrent etc.

À l'échelle générale, Jérôme Dinet et Christian Bastien reprennent la définition du mot portail comme un site web dont la page d'accueil contient, en plus d'un moteur de recherche, des hyperliens sur de nombreuses informations ainsi que des outils qui permettent par *« actionnement »* de consulter la météo, l'actualité ou des cours de bourse, des agendas

d'entreprise et des rubriques d'évènements (cf. Dinet et Bastien, 2011, p. 330). Janice Richardson le définit à travers d'autres caractéristiques :

> « Les portails peuvent être classés en deux grandes catégories : horizontaux et verticaux. Les portails généraux (ou horizontaux) offrent une large palette de services, d'activités et de contenus. Ils donnent souvent accès à d'autres rubriques […] et proposent des liens vers des sujets populaires comme le cinéma ou la musique, ainsi que des répertoires de liens par sujet. […] Les portails centrés sur un domaine spécifique (ou portails verticaux) fournissent une grande diversité de contenus s'adressant à un type d'utilisateur particulier » (Richardson, 2006, p. 24).

On comprend donc que la fonction principale du portail est d'entrer en relation avec d'autres sources numériques à travers un réseau d'hyperliens conçus pour donner accès à l'information sans se spécialiser vraiment dans la promotion touristique à l'échelle communicative la plus élevée (discours épidictique, slogans, vidéos etc.) comme une plateforme spécialisée. Cependant, cela ne signifie pas que certains acteurs touristiques ne passent pas par les portails pour intégrer des contenus relatifs au tourisme. En effet, les offices de tourisme et de l'artisanat dans divers pays mettent en valeur les villes et métropoles en mettant disponible dans des portails informatifs toute l'actualité touristique. À ce titre, Philippe Allard considère qu'un site touristique ordinaire ou un portail ont une même valeur informative puisqu'ils répondent aux questions de base sur les déplacements (conditions de fréquentations des lieux, où séjourner, que découvrir, où sortir…) en fournissant des informations de base (pratiques, réductions) et en mettant à disposition des outils à travers la proposition d'itinéraires de visite de lieux, de monuments etc. (cf. Allard, 2014, p. 35).

2.4.2.2 Plateformes numériques

Une plateforme désigne un objet numérique. Elle peut être définie *« littéralement »* comme une surface plane surélevée, *« fonctionnellement »* comme un espace situé dans le monde virtuel dans lequel des personnes se mettent en relation pour échanger et *« économiquement »* comme un espace numérique de mise en contact entre offre et demande, sur un marché spécifique (cf. El Yahyaoui, 2021, p. 31).

Le mot *« plateforme »* est aujourd'hui revêtu d'usages protéiformes, on distingue des plateformes professionnelles, de santé, de banque, de poste, d'assurance, d'impôts, d'éducation, de commerce, de transport et bien d'autres relevant du domaine utilitaire ; elles permettent d'établir et de traiter des dossiers administratifs ou des transactions à distance, ce qui facilite la vie à tout le monde. Elles constituent donc l'aspect concret du passage à l'ère numérique et de transformation digitale puisqu'elles ont forgé de nouvelles habitudes et de nouveaux modes d'agir et d'interagir avec autrui.

Pour ce qui relève de notre domaine, il existe une autre typologie. On distingue des plateformes de services marchands de loisirs et vacances telles que Uber, Airbnb et Booking lesquelles se sont rapidement développées du fait de leurs notoriétés fulgurantes dès le lancement sur le marché et grâce à leurs innovations dans la création, et leurs apports en matière d'accès à des biens ou aux services divers via des applications numériques (cf. Nicot, 2020, pp. 17-18).

Les plateformes hôtelières se mettent au service de leurs clients en mode distanciel, elles donnent lieu aux réservations, à des propositions de comparaison de prix en ligne sans passer, en cas de volonté d'hébergement, par le téléphone ou traditionnellement le fax. Ce qui économise drastiquement le temps de recherche. De plus, elles donnent un aperçu général du lieu/espace dans lequel un hôtel sollicité est implanté, elles promeuvent donc indirectement villes et métropoles en développant des imaginaires de destination.

Une plateforme touristique en matière d'offre de prestation se caractérise au moins par trois compétences : *« compétence numérique »* ; *« une compétence multimodale »* et *« une compétence discursive ».*

2.4.2.2.1 La compétence numérique

La compétence numérique se rapporte au fait qu'internet a révolutionné toutes nos habitudes y compris celles de recherche vers la source de loisirs et de vacances. Par corrélation, l'accès à une plateforme touristique dispense le voyageur d'un déplacement à un point de vente comme les agences de voyages. Internet est devenu la principale source d'informations touristiques à l'échelle planétaire ; les sites web des organisations touristiques constituent désormais le principal moyen de diffusion de contenus touristiques info-promotionnels (cf. Dominguez Vila, Alén González, et Darcy, 2017, p. 2 cité par Zain et Wilson, 2019, p. 17) ; un *« achat »* d'une destination par un touriste en se basant sur des informations mises à sa disposition sur internet constitue désormais, et de manière irréversible, le moyen le plus privilégié par l'ultra majorité des touristes internationaux (cf. Hudson, 2014, pp. 476-478 ; Sakulsureeyadej, 2011, p. 9, in : idem). La valeur d'une plateforme se reflète à travers le moyen rapide permettant d'accéder aux informations qu'elle propose (en l'occurrence internet), dans l'instantanéité des informations fournies sur une expérience virtuelle ainsi que dans le rapport qualité-prix des services qu'elle présente. L'expérience virtuelle a été définie par Alex Franklin comme suit :

> Par le simple fait de « visiter » un site internet, on parcourt différents endroits, on se laisse emportés, tranquillement ou de manière erratique ; les sites nous indiquent des « cartes » des « itinéraires », des « menus », des « passerelles », des « accès », c'est tout un langage de mouvement, « en arrière », « en avant », « s'arrêter » sur une chose, « aller » vers une autre, etc. Il y a aussi quelque chose de touristique dans la façon dont les sites sont conçus ; ils visent à nous

> attirer, prendre plus de notre temps, nous divertir et bien sûr nous vendre quelque chose. Le web est notre monde virtuel et nous l'aimons comme tel : en constante évolution. Nous devenons des touristes à chaque fois que nous le voulons ; agités, accros au mouvement, et impatients de l'être. Nous avons toujours l'impression d'habiter plusieurs endroits simultanément (Franklin, 2003, p.3 in : ibid. p. 18).

En effet, le contenu d'une plateforme touristique avec ses constituants verbaux et non verbaux est une sorte de mise en discours qui construit un imaginaire de destination. Selon Gilbert (1999 : 82) l'imaginaire est un élément clé dans le développement du profil moderne du *« touriste »*, suivant un itinéraire prescrit à travers un paysage de sites et monuments sélectionnés et déjà parcouru dans son imaginaire (Ibid., p. 282).

La compétence numérique se caractérise également par d'autres critères pas forcément remarqués mais qui ont leur importance d'un point de vue pratique puisqu'ils orientent une lecture du document comme la non-linéarité (le site web que l'on parcourt est non séquentiel, il se manifeste par un réseau d'hyperliens), et l'interactivité qui nous maintient toujours captifs d'un tel contenu et nous permet surtout de garder le contrôle de ce que l'on consulte et la multimodalité manifestée par différentes entités sémantiques : textuelles, iconiques et sonores (Zain et Wilson, 2019, pp. 18-19).

2.4.2.2.2 La compétence multimodale

La multimodalité constitue un facteur d'expérience de vie, puisque les objets de notre univers sont à la base multimodale et toutes nos activités quotidiennes, d'exploration, de manipulation, d'orientation ou de communication sont régulées par un « *fonctionnement perceptif multimodal* ». Donc, l'organisation multimodale est une composante fondamentale de tout sujet cognitif (cf. Jouan et Molina, 2007, Chap. I, §1).

Elle constitue à l'origine un prolongement de la compétence de la communication au sens général – telle qu'elle a été envisagée par Dell Hymes qui a expliqué que la performance d'une langue se manifeste par ses pratiques dans un cadre social (cf. Baltràn-Palanques, 2017, p.94). Rappelons brièvement que Noam Chomsky en 1965 a désigné par « *compétence linguistique* » la capacité cognitive innée et universelle de tout sujet humain (« locuteur-auditeur idéal ») de produire et de comprendre un nombre illimité de phrases. La linguistique générative adopte l'aptitude grammaticale comme facteur de fonctionnement langagier et comme un modèle de compétence de communication (cf.Lambert, 2021, §1). La position de Chomsky a été décrite comme étant l'instigatrice d'un courant universel influencé par le structuralisme, selon lequel tous les êtres humains sont capables de performer des actes de langage, des formules de politesse, témoigner verbalement de leurs expériences habituelles sur la base de *« structures mentales »* dont chacun dispose quelle que soit la langue ou la culture employée (même s'il

existe quelques différences subtiles). Dès lors, ce courant a été vite critiqué pour sa vision ultra englobante et superficielle sur les interractions humaines en matière de communication par les sociolinguistes et ethnolinguistes tels que Dell Hymes, John Gumperz, M.A.K Halliday et Joseph Greenbreg. Le point de départ de la critique se rapporte aux travaux de Wilhelm Von Humboldt selon lequel la langue est nourrie pas les visions du monde qui conditionnent l'acquisition et l'expression du langage ; cette théorie a ensuite été reprise par Edward Sapir et Benjamin Lee Whorf (Bandia, 2014, p. 34). Joseph Greenberg a décrit les langues par deux traits distincts : en tant que système de signes qui s'articulent pour former une grammaire, ou un ensemble de modèles comportementaux culturellement qui se transmettent et se partagent par un groupe d'individus (Greenberg, 1972 in : ibid.).

M.A.K Halliday a estimé que dans le langage humain il existe un *« potentiel de comportement »* comme base non verbale qui fait partie du *« potentiel de signification »,* autrement dit ce que *« nous pouvons faire »* est une fonction de ce que *« nous pouvons signifier »*, et l'actualisation « sémantico-grammaticale » des deux niveaux constitue la réalisation linguistique. La théorie de Halliday a marqué en tant que cadre socioculturel l'étude de la fonction de la langue et a démontré qu'il existe une raison sociale derrière chaque occurrence de texte (c'est-à-dire d'énoncés, d'actes de langage, de phrases, etc.). En d'autres termes, les textes ne doivent pas toujours être pris à leur valeur nominale, car chaque fois qu'un locuteur produit un texte, il y a toujours quelque chose d'autre en plus de sa valeur nominale, à *« absorber »* (Halliday, 1972, 1975, 1976, 1978 in : ibid.).

Dell Hymes et John Gumperz se sont basés sur l'étude ethnographique du langage pour observer directement les réalisations de la parole par des actes (cf. Lambert, 2021, p. 58). Dell Hymes a conçu sa théorie de la *« compétence communicative »* par le principe qu'un individu naît dans un environnement socioculturel avec une capacité psychosociale innée à connaître, produire, comprendre, interpréter et utiliser les règles et les normes de comportement qui affectent linguistiquement et socialement le langage et la communication (Hymes 1972, cité par Bandia, 2014, p.35).

Pierre Bourdieu s'est prononcé contre une *« autonomisation »* de la langue en dehors de son usage en milieu social en considérant que la position de Noam Chomsky est une abstraction et que la compétence générique masque la compétence réelle sur laquelle on s'appuie pour interagir socialement avec le monde, c'est-à-dire parler, se taire, adapter ses mots selon le groupe dans lequel on se trouve (Bourdieu, 1977, p.24, cité par Trimaylle et Vernet, 2021, 230). À partir du concept *« compétence communicative »* développé par Dell Hymes, d'autres compétences sous-jacentes ont été forgées par de nombreux linguistes selon plusieurs angles de vue. Pour notre développement qui suit nous rapportons trois classifications établies

respectivement par les linguistes Lyle Bachman ; Zoltan Dorneyi, Sarah Thurell et Celce-Murcia (cf. Baltràn-Palanques, 2017). À noter que ces linguistes, se sont appuyés dans leurs développements respectifs sur les travaux de Michael Canale et Merill Swain qui se sont intéressés à la compétence communicative dans leur développement d'un test linguistique permettant d'analyser les connaissances des apprenants en matière de compétence d'emploi de la langue (Canale et Swain,1980, in : idem, p.95).

Lyle Bachman, dans son cadre de travail, a envisagé la compétence communicative comme un moyen d'échanger efficacement dans des contextes sociaux appropriés, il distingue :

1. *« Une compétence de langue »* : envisagée comme un ensemble de composants spécifiques du savoir employés dans l'utilisation de la langue. Celle-ci est subdivisée en deux parties : « *une compétence organisationnelle* » englobant une compétence dite grammaticale relative à la maîtrise du vocabulaire, de la phonologie, la morphologie et la syntaxe et une compétence textuelle relative à la manière de joindre les énoncés pour former un texte écrit ou oral, et « *une compétence pragmatique* » subdivisée en compétence illocutoire et une compétence sociolinguistique. Si la compétence illocutoire renvoie à la capacité de réaliser et interpréter les énoncés, la compétence sociolinguistique implique la prise en compte de l'utilisation des conventions de la langue pour réaliser les énoncés de manière appropriée dans un contexte socioculturel donné ;

2. *« Une compétence stratégique »* : qui couvre trois composants essentiels, l'évaluation, la planification et l'exécution qui caractérisent la capacité mentale de pouvoir mettre en œuvre des composantes de la compétence linguistique dans l'utilisation communicative contextualisée de la langue ;

3. Et « *"les mécanismes psychophysiologiques" ou "les processus neurologiques ou psychologiques"* » compris dans la réalisation effective du langage en tant que phénomène physique.

Lyle Bachman, apportera plus tard, grâce à sa collaboration avec Adrian Palmer, une modification d'ordre terminologique en remplaçant la *« compétence illocutoire »* par *« savoir fonctionnel »*, en argumentant qu'un savoir fonctionnel *« functional knowledge »* nous permet d'interpréter les relations entre les énoncés ou les phrases dans les textes et les intentions des utilisateurs de la langue. La même modification sera portée sur « *compétence pragmatique* » laquelle sera changée en « *savoir pragmatique* » (cf. Bachman, 1990, pp. 66-67-84 ; Bachman et Palmer, 1996, p.69, in : Baltràn-Palanques, 2017, pp. 96-98).

Marianne Celce-Murcia, Zoltan Dorneyi et Sarah Thurell (cf. Celce-Murcia, Dorneyi et, Thurell, 1995, cités par Baltràn-Palanques, 2017, pp.98-99) ont à leur tour élargi le concept de compétence communicative en proposant la classification suivante :

1. *« Une compétence discursive »* : faisant référence à la sélection, à l'enchaînement et à l'agencement des phrases afin d'obtenir un texte oral ou écrit unifié.

2. *« Une compétence socioculturelle »* : relative aux connaissances du sujet parlant sur la manière de transmettre des messages appropriés dans un contexte socioculturel particulier.

3. *« Une compétence linguistique »* : couvrant une compétence grammaticale dans sa manière de relier les éléments de base de la communication tels que les types et modèles de phrases, les structures, les inflexions morphologiques et les systèmes phonologiques et orthographiques ainsi que les ressources lexicales.

4. *« Une compétence d'action »* : qui implique à la fois de déclencher une intention communicative tout en étant conscient de ce que cette démarche comporte comme résultat. Autrement dit, c'est une compétence au moyen de laquelle on dote une forme linguistique d'une action intentionnelle imprégnée d'une force illocutoire à la manière de réalisation d'un acte de langage.

5. « *Une compétence stratégique* » : couvrant les stratégies de communication les plus répandues comme l'évitement ou la réduction, les stratégies de réalisation ou de compensation, les stratégies de temporisation ou de gain de temps comme les filtres, les dispositifs d'hésitation, les stratagèmes et les répétitions ; les stratégies de maîtrise de soi et les stratégies d'interaction.

Marianne Celce-Murcia, quant à elle (Cf. Celce-Murcia, 2007, in : ibid. pp.99-100 in : ibid.,) a présenté dans une version remaniée, sa propre classification qui se compose de six compétences à savoir :

1. « *Une compétence discursive »* : relative à la sélection, à l'enchaînement et à l'agencement des phrases afin d'obtenir un texte oral ou écrit unifié, ce qui la rend parfaitement identique à la définition posée par Bachman. Elle distingue, en outre, d'autres facteurs de manifestation du discours, tels que la deixis, la cohérence et la structure générique ;

2. « *Une compétence socioculturelle* » : relative à la maîtrise pragmatique des locuteurs natifs d'une langue des variations linguistiques concernant les normes socioculturelles d'une langue étrangère ;

3. *« Une compétence linguistique »* : impliquant les modalités du maniement habituel de la langue-système à savoir les connaissances phonologiques, morphologiques, syntaxiques, lexicales ;

4. *« Une compétence interactionnelle »* : définie intrinsèquement comme une compétence paralinguistique, elle concerne la kinésique, la proxémique, le comportement haptique et les phénomènes non linguistiques, tels les silences et les pauses.

5. *« Une compétence d'usage »* : relative à l'usage quotidien de fragments de langue chargés de substrats culturels par les sujets parlants dans leurs interactions au sein d'un espace restreint, comme le langage routinier, les collocations, les adjectifs, les expressions idiomatiques.

6. *« Une compétence stratégique »* : se rapportant aux connaissances de stratégies de communication et la manière dont on les emploie.

En nous référant au développement ci-dessus, on peut dire que la compétence multimodale a été mise en valeur en fonction de nouveaux facteurs de communication actuels ; elle nous met dans une situation dans laquelle les éléments linguistiques, non-linguistiques et sonores distribués dans l'espace dans un document (dans notre cas, une plateforme numérique) se joignent aux éléments textuels pour former un contenu réputé multimodal. Ainsi, l'image dans toute sa typologie, (photographie, icônes, illustrations, dessins) et le son dans toutes ses variations (« naturelles », comme le son du vent, de la mer, ou d'animaux, ou artificielles « musicaux ») consolident le contenu textuel. Une plateforme sans apport en images et en sons n'a aucune valeur puisque ces derniers servent à intensifier l'imaginaire et à renforcer le discours laudatif. Par référence à Roland Barthes, la photographie comme élément iconique assimilée dans le sens positif se caractérise par sa violence : « *la photographie est violente, non parce qu'elle montre des violences, mais parce qu'à chaque fois, elle emplit de force la vue, et qu'en elle rien ne peut se refuser ni se transformer* » (cf. Denieuil, 2009-2010, p.11).

L'image, en premier lieu, donne l'impression de s'insérer dans le texte qui l'accompagne, elle l'*« agrémente »* c'est-à-dire elle cautionne par sa vérité le contenu textuel ; elle entretient avec lui un rapport de complémentarité. Inversement, l'écrit (ou le texte) se met au service de l'image. En photographie par exemple, il joue le rôle d'un titre ou d'un commentaire-expression, il peut également assurer une fonction descriptive, explicative ou de mise en valeur. Et enfin les deux (le texte et l'image) entrent dans une relation de valorisation mutuelle (cf. Jaïdi, 1997, p. 31).

Le sociologue français Jean Davallon estime que pour rendre compte de l'efficacité de l'image, il faut s'intéresser à son fonctionnement sémiotique, c'est-à-dire celui qui fait passer l'individu d'un simple état de spectateur-lecteur à un acteur en possession et en usage du produit vanté (publicité) ; ce qui conduit à un tel scénario, c'est que l'image a une efficacité sociale qui est directement liée à son fonctionnement comme dispositif énonciatif et matrice de signification. À partir du moment où on lui attribue un pouvoir d'énonciation, on la met à côté du discours, cela veut dire que nous lisons l'image au même titre qu'un texte porteur d'un discours : « *Il est admis aujourd'hui que l'image n'est pas constituée de signes présentant un rapport sémiotique fixe (entre signifiant et signifié) défini et socialement garanti par un code très étendu et très consistant, comme dans le cas de la langue naturelle. Si l'image signifie c'est en tant que texte* » (cf. Davallon, 1983, pp. 4-6).

Patrick Charaudeau estime pour sa part que les images ont un pouvoir d'évocation : l'image manipule plus précisément un référent parmi d'autres images du même types emmagasinés en mémoire (ex. des images de guerre, de paysage, de spectacle etc.), dès lors, elle cesse d'être transparente puisqu'on interprète son sens au premier regard, selon la forme avec laquelle elle

se manifeste et par rapport à notre histoire collective et individuelle (cf. Charaudeau, 2011, pp. 220-221).

On s'attend à trouver dans une plateforme une séquence audiovisuelle introduisant l'espace vanté ; le son à travers ses quatre éléments : le silence, la parole, la musique et le bruit, constitue une valeur ajoutée ; il structure et oriente la lecture filmique. Le son renforce la chaîne narrative de l'image, il l'a fait voir différemment et, inversement, l'image fait entendre le son autrement (cf. Aït Hammou, 1997, p. 62). En nous appuyant sur les explications de Michel Chion (cf. Chion, 2018, p. 58), on estime pour notre part que les foules de sons qui se chevauchent dans un spot publicitaire par exemple contribuent à différencier sa nature et comprendre sa scénographie ; le texte et l'image mis en jeu dans le spot, appuyés par le son, nous font téléporter dans l'hyperréalité créée.

2.4.2.2.3 La compétence discursive

La compétence discursive d'une plateforme touristique se manifeste dans un langage multisémiotique de promotion du tourisme axé sur deux éléments principaux : le discours touristique et l'image touristique.

2.4.2.2.3.1 La notion propre du discours

Concernant la notion du discours, Patrick Charaudeau estime que le discours constitue une mise en situation de la langue ; il relie les circonstances dans lesquelles on parle ou écrit à ce qui est dit (Charaudeau, 1997, p.39 cité par Dionysis, Burger, et Baide H, 2005, p.11) ; son étude permet de déceler un *« fond d'intentionnalité »* sur lequel le langage se déploie et concrétise les attentes conventionnelles associées aux pratiques de communication qui en contraignent l'organisation ; il implique la prise en compte du monde social et la communication étant donné sur le plan intrinsèque, le discours est un évènement social et communicationnel ; il est à la fois produit du monde, porteur de ses traces et fait manifester des états sur le monde (cf. Dionysis, Burger, et Baide H, 2005, p. 12) ; il constitue la principale ressource qui médiatise notre rapport au monde et aux autres, parce qu'il permet, seul, la négociation entre les points de vue en reflétant les mécanismes de la communication dont il est le produit : *« il conserve les traces de ce qui, en amont, le détermine mais aussi, celles, qui, en aval le rendent visible. »* (Habermas, 1987 ; Shotter et Gergen, 1989 ; Fillietaz, 2002, cité in ibid., p.15) ; *« il est le lieu où se construisent en permanence l'identité sociale et la relation interpersonnelle »* (Kerbrat-Orecchioni, 1998, p.59, cité in, ibid., p.15).

Tout support de communication fait manifester une *« identité discursive »* laquelle résulte du mouvement dialectique entre le monde, le discours et la communication fondée sur *« les approches constructionnistes et interactionnistes »* qui définissent les relations sociales partagées

par une communauté de lecteurs et de rédacteurs. Elle est relevée à travers les marqueurs d'identité du groupe et du peuple concernés, sujets, ou objets de la communication (cf. Dionysis, Burger, et Baide H, 2005, p. 11).

Par l'identité discursive on peut déceler la combinaison codifiée des marques langagières explicites ou implicites qui reflète les attentes supposées partagées, les enjeux, les stratégies et l'inscription subjective des participants à la communication dans un domaine particulier.

Le discours ne se définit pas comme une unité linguistique, mais il résulte plutôt de la combinaison d'informations linguistiques et situationnelles se rapportant aux connaissances de l'environnement cognitif, immédiat et aux représentations du monde ; il implique un ancrage à la fois social où l'on considère la langue comme un système de signes et cognitif traitant les représentations mentales mobilisées « dans et par » la communication. Le fonctionnement des unités linguistiques est bien une problématique centrale, mais il n'acquiert sa valeur qu'avec les particularités de la communication (ibid., p.15).

2.4.2.2.3.2 Le discours touristique

Portée par le ton publicitaire, l'expérience touristique est traduite par un discours touristique de construction identitaire, de promotion, de reconnaissance et d'acceptation de l'Autre associé à une politique de communication qui prône l'échange culturel. C'est un discours généré par la conception de documents multimodaux imprégnés d'une visée pragmatique. À l'image du parcours publicitaire, le discours touristique ne vise pas l'achat spontané du produit, mais veut plutôt entraîner le consommateur dans la structure de ses significations pour l'inciter à décoder des signes visuels et linguistiques et à éprouver le plaisir de la découverte du sens (cf. Gorelik, 2007, §2).

Le discours d'un guide touristique, par exemple, pris au sens large serait un support dans lequel le pays à visiter semble se présenter. Il est un espace où le pays de l'auteur s'est aussi infailliblement inscrit dans le regard qui définit discursivement ce même pays (cf. Dionysis, Burger, et Baide H, 2005, intro., §1). Il comprend également les identités du touriste comme celles du voyageur, du voyagiste, du publicitaire, de l'hôte et de l'autochtone qui sont intégrées au dispositif de communication touristique lequel acquiert toute sa pertinence significative à travers elle. Ce même dispositif peut les souder dans deux hyper-identités : celles du soi-même (organisme énonciatif) et celles de l'autre ; ces hyper-identités se placent à leur tour dans deux lieux distincts : l'*« ici »* et le *« là-bas »* ou l'*« ailleurs »* (ibid., p.11).

Si on parle d'une destination réputée *« exotique »*, celle-ci se définirait, soit par ses références véridiques, soit par des références construites dans le récit porteur d'un regard sur cette destination. Dans bien des cas, le discours touristique se réduit à une seule référence. Toute la

littérature du « dire » sur le voyage se propose de construire les identités des lieux visités, même si cette démarche est à prendre avec beaucoup de précaution, car elle peut aboutir à un fatras d'opinions pas toujours crédibles. C'est pour cette raison que la relation entre le voyageur et l'*« ailleurs »* se définit parfois par l'ambiguïté, l'intercompréhension n'étant pas toujours garantie, elle vacille entre l'exotisme et l'abjection face au caractère étranger (ibid., p.12).

Selon les termes de Dominique Maingueneau, le discours touristique donne accès à une *« scène d'énonciation »* particulière à la représentation qu'il donne de sa propre situation d'énonciation (Maingueneau et Philippe, 2002, p.354, cités in : ibid., p.15). Les liens discursifs créés dans les guides de voyage sont tissés dans une sorte de *« contagion axiologique »* entraînant une réinterprétation méliorante de termes neutres et ambivalents, c'est-à-dire même si une information (réelle ou fruit de rumeurs) nous parvient à propos d'un référent *a priori* négatif qui ne s'inscrirait pas dans la chaîne argumentative positive du discours touristique (climat rude, zone paradisiaque mais dangereuse ou infréquentable, ou présence de facteurs politiques, sociaux ou naturels divers) et qui empêcherait le touriste de vivre une expérience de voyage optimale, mais face à l'abondance de référents construisant un discours positif, *les « éléments dysphoriques »* incompatibles avec l'ambiance heureuse du discours laudatif sont repris et intégrés dans des structures exprimant le rapport de concession de type « certes, mais » qui accentuent un élément nécessairement positif contrastant avec le défaut, préalablement nommé et par là même minimisé (cf. Kerbrat-Orecchioni, 2005, pp. 17-18 et 133- 150).

Dominique Maingueneau estime que tout genre de discours est un dispositif de communication à la fois social et verbal, historiquement défini (Maingueneau, 2002, p.119 cité par Raus, Cappelli, et Flinz, 2017), par conséquent, la mise en scène énonciative dans les guides touristiques est saisie par l'apparentement en tant que genre de discours à la publicité, car les scripteurs de guides touristiques, ainsi que les annonceurs optent pour des formulations implicites (cf. Rebeyrolle, 2005, 19 et pp. 173-190).

Catherine Kerbrat-Orecchioni, considère que la communication publicitaire utilise toujours un genre discursif portant sur un lexique valorisant, et les connotations positives permettant d'idéaliser la visée promotionnelle du support de promotion touristique mise en place ; cette visée englobe trois autres visées communicationnelles à savoir : a) une visée descriptive, réalisée par un discours informatif ; b) une visée prescriptive supposant au plan linguistique des recommandations pratiques ou des injonctions ; c) une visée critique empruntant essentiellement un discours laudatif. Dans son analyse de corpus de neuf guides touristiques français sur Chypre portant sur la description des procédés du discours évaluatif et les unités linguistiques qu'il implique, elle a montré comment les référents renvoyant à la nature, à l'hôte et au loisir dominent la littérature de voyage à Chypre. Ces référents se muent dans un seul

discours valorisant décrit par l'autrice comme un *« discours de célébration »* que l'on peut à notre tour qualifier de représentation théâtralisée où chaque élément joue son rôle. Ainsi, la nature est *« exceptionnellement belle », « diverse »*, et *« magnifique »*. Les hôtes offrent de la sympathie et de la convivialité, l'ouverture d'esprit et l'hospitalité (cf. Kerbrat-Orecchioni, 2005, pp. 143-144).

Reprenant les principales positions de Roland Barthes dans son article *« éléments de sémiologie »* notamment sur le fait que *« dès qu'il y a société, tout usage est converti en signe de cet usage* », et que l'abstraction réelle du sens pur d'un signe passe par sa séparation de la choséité dont il est porteur (à travers l'histoire et dont on a dû modifier sa fonction selon les circonstances) conduirait un sémioticien à identifier, par le procédé d'alibi, sa substance réelle (cf. Culler, 1988, pp. 154-155), Jonathan Culler estime que le touriste, en quête d'expérience ou de reconnaissance, entre dans un univers de signes. Cet univers fait manifester des supports de communication diverses parmi lesquels on trouve le discours touristique affiché par les supports de communication qui leur sont dédiés. (Ibid., p.155).

Pour Philippe Viallon, ce sont désormais les technologies actuelles, sous l'influence du numérisme, qui redéfinissent et déterminent les combinaisons et les interrelations complexes entre textes et images dans le discours. Selon lui, le discours touristique est constitué d' *« unités pluri-sémiotiques »*, une combinaison hybride joignant des particularités *« textuelles ou graphiques »* à d'autres *« iconiques, picturales, photographiques »* lesquelles représentent une dimension argumentative de l'image ; celle-ci joue un rôle fondamental dans l'économie globale du discours touristique. De ce fait, l'image attire l'attention, stimule l'intérêt, contextualise le texte, lequel de son côté se trouve réduit à un plan secondaire (cf. Viallon, 2005, pp. 21 et 191-214). Cependant, il ne faut pas oublier que dans les guides contemporains (les architecturaux surtout), le texte joue un rôle important dans la valorisation des destinations et le discours du guide décrit autant qu'il construit une « image-ailleurs » historiquement, socialement et culturellement située (cf. Devilla, 2017, p. 3).

Par ailleurs, Zain Sulaiman et Rita Wilson estiment que le langage de promotion touristique est conçu à travers une manipulation de la langue pour construire des imaginaires et des expériences touristiques. En se référant respectivement aux travaux de Dean MacCannell, (1976), Roy Buck, (1978), John Urry (1990), Urry et Larsen, (2011, p.4), Boyer et Viallon (1994), ils affirment que le langage de promotion du tourisme a pour fonction de faire découvrir au touriste sa destination en mettant l'accent sur l'anticipation du plaisir intense, l'expérimentation de sa destination par les imaginaires au moyen des supports de promotion écrits et visuels qui le stimulent avant qu'il n'entame son voyage. Pour la stratégie promotionnelle, ce n'est pas tant le lieu promu qui importe dans mais plutôt le langage qui le

transforme aux regards de ses visiteurs (cf. Zain et Wilson, 2019, pp. 19-20). Les textes de support touristique sont imprégnés de fonctions persuasive et informative, cela est en rapport avec les objectifs tracés par les prestataires touristiques car il s'agit d'inciter le touriste à être totalement emporté par la démarche consumériste de l'offre touristique et de manière illimitée. Le langage de promotion touristique met également en valeur des critères distinctifs du discours touristique à savoir : les critères *« d'étrangeté », « d'authenticité ».* Le discours prônant l'étrangeté alterne régulièrement avec le discours d'assurance et de familiarisation pour encourager le choix d'un nouveau service ou un package inédit sur le marché. Ces cas peuvent concerner des pays récemment ouverts au tourisme et qui ont commencé à promouvoir leur territoire (cf. Zain et Wilson, 2019, pp. 21-22-23).

Pour exemplifier le discours d'étrangeté, le slogan *« Don't go to Algeria »* inventé par le photographe et youtubeur français Benjamin Martini (cf. Figure 23) est édifiant car il illustre une argumentation par des affirmations plutôt négatives dans le but de susciter des réactions positives. Le contexte du tourisme algérien correspond parfaitement à cette stratégie dans la mesure où le pays jusqu'à aujourd'hui ne s'est pas lancé dans la promotion du tourisme d'expérience de manière réelle, c'est-à-dire par la création d'un label ou avec une démarche qualité efficace. Sa vidéo mise en ligne sur YouTube d'une durée de 3 minutes et 9 secondes en plusieurs plans-séquence contenant d'autres affirmations du même modèle du discours a suscité des réactions exemplaires sur le web et la vidéo est à ce jour celle qui a récolté le plus de vues dans son catalogue, cela démontre que la mise en discours par l'argumentation (négative) ou indirecte avec un contenu esthétiquement pertinent peut avoir des retours insoupçonnés.

Ces affirmations affichées en gros plans centrés dans les plans-séquence : *« l'Algérie est juste un grand désert », « Algerian landscape are not worth seeing », « Algeria has a poor story », « Algerian architecture is quite ugly », « Algerians are undereducated », « Algeria has no gastronomy », « Algeria is not safe », « Algeria don't like western people », « Algerians are all very conservative »*, semblent être inspirés de stéréotypes projetant des idées négatives sur le pays, notamment envers ses paysages, son peuple, sa jeunesse, sa gastronomie, son patrimoine architectural, son histoire et sa sécurité. Dans chacune de ces scènes d'énonciation à l'intérieur des plans-séquence, l'objectif du discours ici est de casser ces préjugés en réservant à chaque plan avec son texte

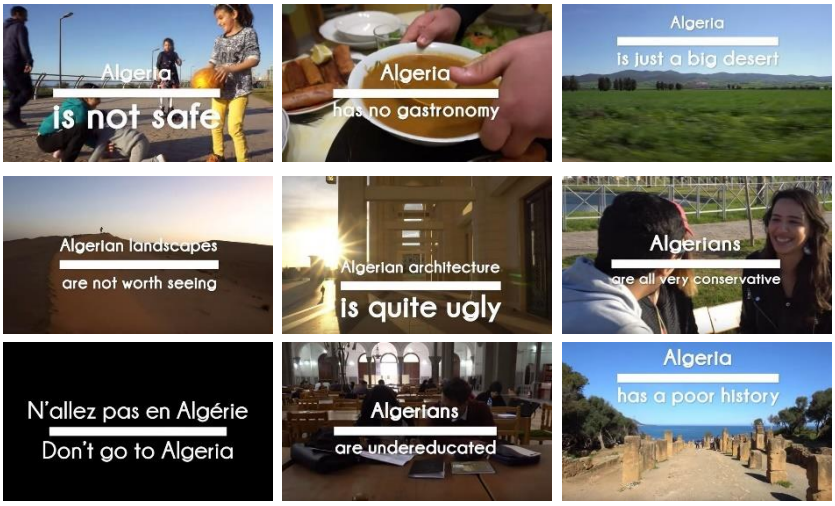


Figure 23 Spot Don't go to Algeria (N'allez pas en Algérie)

une image filmique qui crée un effet contraire ; cette méthode s'apparente en analyse du discours à un effet de rétorsion qui suppose *« la mise en place d'une "bascule" énonciative, puisqu'on reprend un élément du discours de l'interlocuteur, et assumé par lui, pour l'intégrer à son propre discours en le mettant au service d'une nouvelle orientation argumentative, assumée cette fois par le locuteur ».* Dans cet exemple, l'interlocuteur est peut-être n'importe qui, mais les stéréotypes sont largement partagés au point qu'une étiquette a été collée à l'Algérie comme étant un pays rentier de pétrole refusant d'accueillir les étrangers en masse. Ces stéréotypes sont repris pour créer un renversement argumentatif (cf. Doury, 2021, p. 65).

« Le discours d'authenticité » place le touriste au cœur du processus d'éloge en lui faisant croire qu'il est le candidat parfait pour une expérience touristique quelconque ; il enclenche un sentiment chez le consommateur selon lequel il se considère avoir le privilège d'être le possesseur unique du produit et il a le sentiment d'imiter l'élite de la société et d'entrer dans une autre sphère (cf. Gorelik, 2007, p. 122). *« La magnificence et l'euphorie »* sont des stratégies discursives conçues pour promouvoir des destinations où le touriste devra se dépenser physiquement et s'évader mentalement. Dans ce registre, on trouve les parcs d'attraction, les lieux d'aventure, les évènements sportifs majeurs comme la Coupe du monde de football *(supporterisme)* ou encore, les destinations de luxe comme les grandes métropoles dans la mesure où ces dernières invitent à expérimenter des environnements hyper-réels (cf. Zain et Wilson, 2019, p. 23).

Un langage de promotion touristique prônant la magnificence et l'euphorie ne cherche pas seulement à créer une image attrayante de la destination promue à la vente, mais à insister sur l'intégralité du séjour que le touriste va devoir passer. Ce rapport de temporalité est davantage crucial compte tenu du rythme de vie au quotidien et de l'envie de s'évader qui se présente avec insistance à chaque occasion. Par conséquent, l'individu serait tout le temps enclin à faire

ses valises et à partir en voyage de loisirs et à passer le maximum de jours en situation d'évasion, à condition d'avoir un bon rapport qualité-prix (cf. Zain et Wilson, 2019, pp. 23-24).

2.4.2.2.3.3 L'image touristique

Selon Jean-Loup Korzilius, l'image a un lien à la fois problématique et privilégié avec le lexique, tel qu'il apparaît en discours ; leur relation détermine une interaction constante et non conflictuelle (Korzilius, 2009, p.29 cité par cf. Raus, Cappelli, et Flinz, 2017, p. préf). Comme l'a expliqué Roland Barthes, l'image et le texte – en dépit de leur différence sur le plan intrinsèque, l'image relevant de la sphère de l'*eikon*, le texte de celle du *logos* – gardent tous deux leurs propres spécificités et leurs caractéristiques similaires quant au rapport avec le sens (Barthes, 1964, p.46 cité in : ibid., préf, VIII). De plus, l'image n'est pas purement représentation dénotative du réel, mais aussi un lieu à partir duquel l'imagination peut s'exercer en évoquant des représentations mentales symboliques (idem).

L'image et son utilisation font partie de l'héritage intellectuel lié au traitement des connaissances visuelles. Dans le guide touristique, elle est connaturelle au voyage, à la découverte des cultures des autres depuis l'Antiquité quand l'intérêt croissant pour la description réaliste lors de la Renaissance en a fait l'instrument de la vue privilégié de la connaissance. Son importance a également été mise en valeur au XVIIIe siècle dans le voyage pittoresque, lequel a donné d'autres dimensions aux espaces explorés (cf. Raus, Cappelli et Flinz, 2017, préf.). Le style du voyage pittoresque qui s'est appuyé sur le dessin a brouillé la distinction entre les pratiques de peinture et de l'écriture, il a surtout marqué la naissance de récits illustrés par les images peintes par des artistes.

Puisqu'il aura fallu, ensuite, développer l'industrie touristique, le style *« voyage pittoresque »* a vite fait l'objet d'une révolution *« technique »* des supports de promotion de voyages pour satisfaire des obligations communicationnelles lesquelles outrepassent la vieille conception classique du récit de voyage. Ainsi, sur la base de ses caractéristiques artistiques, « *plastiques »,* le guide touristique a construit sa force grâce à sa richesse en images qui ont été insérées soit par analogie avec les contenus, soit sans lien avec le texte et dans des visées variées pouvant être en plus illustratives et promotionnelles (cf. Boyer, Viallon, 1994, pp.198-199, cité in : ibid.).

Quatrième partie : paratraduction, transcréation et problématique de mise en tourisme en Algérie (Travaux pratiques).

1 Étude de l'espace touristique algérien

1.1 Définition de l'espace

Avant de nous atteler à l'étude de l'espace touristique en Algérie, il faut d'abord partir de la notion de l'espace.

Pour un géographe, l'espace est au sens le plus banal du terme un lieu où une étendue vierge dont seul l'horizon permet d'en attribuer une limite. S'il est délimité, il réunira des composantes sociales et physiques indissolubles qui le caractériseraient par rapport à d'autres. L'étude scientifique de l'espace n'est possible qu'à travers celle des sociétés qui le désignent et qui lui donnent sa spécificité et son sens (Henry Chamussy, 1986 in, Bord, 2002) ; l'espace ne renferme pas une juxtaposition de ses constituants naturels et culturels, son étude suit plutôt un processus dynamique d'intégration de ses constituants en vue d'aboutir à une signification culturelle totale. Cela invite à un retour à la construction de l'histoire du lieu, au processus historique d'humanisation de l'espace (Amokrane, 2009, pp. 15-17 cité par Bensadek, 2019, §2).

Pour Jürgen Habermas (1998, in Bord, 2002), l'espace réunit trois dimensions composites : a) un monde objectif renfermant des éléments concrets et matériels ; b) un monde social dans lequel baignent les relations interpersonnelles fondées sur des règles légitimes ; c) un monde subjectif formé d'évènements historiques. L'interaction de ces trois registres invite à prendre conscience de la richesse et de la diversité de l'espace.

L'espace est également le lieu où s'expriment des conduites, il offre un contexte de déploiement de divers types de comportements comme la reconstitution de trajets, la planification du déplacement, la découverte des raccourcis. Il est associé à l'expérience perceptive et offre un cadre pour les actions et les interactions, il s'impose à chacun comme une réalité intuitive, génératrice d'expériences sensorielles et locomotrices (cf. Denis, 2016, pp. 7-9-13).

Pour notre sujet, on peut concevoir métaphoriquement l'espace comme une surface de début de création, à la lumière d'un plan de travail neuf ou comme une page blanche qui n'est pas délimitée par un bornage volontaire. Les autres termes comme *« région », « territoire », « ville », « faubourg », « agglomération », « aire urbaine », « région urbaine fonctionnelle » « métropole », « mégapole », « mégalopole »* (cf. Paulet, 2009, pp. 8-10) sont obtenus suite aux transformations physiques et virtuelles de cet espace puisque la vie humaine s'y développe de la même façon que l'on cultive une terre. Autrement dit, ces termes s'appliquent une fois que l'usage de l'espace est contextualisé.

Pour le géographe Pierre George, le concept région est complexe à définir car il a toujours donné lieu à travers son usage à des contradictions dans les langages commun et scientifique. Ainsi, parler de la *« région polaire »* et de la *« région parisienne »*, ce n'est pas la même chose. Néanmoins, il décrit la région comme une portion de l'espace ayant un ensemble de traits : *« situation en latitude, influence d'une ville, système de production, homogénéité ethnique, paysage naturel, climat »* (cf. George, 1970, p. 360). Une région dite administrative par exemple témoigne d'une structuration ou d'un découpage de l'espace en villes et réseaux de circulation (cf. Brocard & Lecoquierre, 2016, p. 14). Armand Frémont définit la région à travers le critère d'attachement social : *« ensemble des lieux où l'homme peut aller et revenir en moins d'une journée sans découcher »* (Frémont, 1976, p. 139).

Le déterminant le plus accolé au mot territoire vient du domaine politico-administratif. Ainsi, on obtient *« territoire national »* ou *« territoire de pouvoirs »* car c'est bien l'État ou le régime qui fait l'aménagement du territoire d'un point de vue fonctionnel, il résulte de cet aménagement : la région, le département, le pays, des communes auxquelles on rajoute des regroupements de circonstance comme les zones de départs et d'arrivées (utiles pour la détermination des flux migratoires), les circonscriptions lesquelles sont amenées à disparaître ou à se développer et les régions frontalières. Aujourd'hui, le mot territoire ne peut se rattacher exclusivement aux données administratives, il a une acception plus riche puisqu'il est repris en sociologie, en philosophie, en littérature et en poésie. En conséquence, on passe de *« territoire de pouvoirs »* à *« territoire d'hommes »* (cf. Frémont, 2008, pp. 11-12). La notion de territoire d'homme indique qu'il est un label identitaire invitant à la distinction, à la séduction, et à la mise en marque par un lifting langagier (cf. Greffier, 2013, pp. 13-14), c'est un espace approprié et organisé dont l'évolution dépend de ce que l'on rajoute à sa périphérie, il est en position d'interface avec des territoires voisins qui ne lui ressemblent pas forcément (Brocard & Lecoquierre, 2016, pp. 19-20). Suivant cette logique, la performance d'un espace touristique est mesurable à travers une série de transformations opérées autrefois sur un espace brut.

1.2 L'espace touristique :

Normand Cazelais, géographe et expert en tourisme canadien, estime que l'espace touristique est à la fois un espace *« mental »*, de *« désir »* et de *« service »* (cf. Cazelais, Nadeau, & Beaudet, 1999, [résum] pp. 8-13) :

1. Un espace mental parce qu'il évoque selon les préférences de chaque voyageur, la différence, l'éloignement, le dépaysement, l'évasion, la détente, confort etc., il représente cet ailleurs toujours convoité quand la routine est pesante, il se manifeste sous diverses formes : une ile déserte, un hôtel luxueux, un travail de champs dans une ferme de vacances ou une atmosphère festive, feutrée dans un casino ou une discothèque ;

2. Un espace de désir, car il stimule pratiquement tous les sens invitant à prendre les devants pour partir en voyage ; l'imaginaire construit à partir de plusieurs sources agréables visuelles (images, films, publicité) ou olfactives caractérisant un paysage particulier motive la prise de décision ;

3. Un espace de service parce qu'il est pourvoyeur d'activités qui permettent de souligner son trait « fonctionnel ». Sous cette rubrique, les activités résultant des voyages d'affaires, d'agrément et d'excursions entre amis etc. sont reliées à des « équipements d'utilisation de l'espace ». Par exemple, une maison ou un hôtel faisant partie d'un espace résidentiel servent tout bonnement à abriter des personnes qui prennent du repos chaque soir avant de poursuivre le lendemain leurs pratiques de l'espace (visites).

Catherine Dreyfus-Signoles estime que l'on reconnaît l'espace touristique à travers un territoire de référence plus ou moins étendu. Celui-ci a une identité, des patrimoines culturel et historique, il est fonctionnel puisqu'il renferme des systèmes de production (activités économiques diverses), des infrastructures et équipements de tout type. La promotion de l'espace touristique réunit dans une démarche interactive des conditions de l'offre et de demande l'évaluation du potentiel touristique et la prise en compte du facteur concurrentiel :

1. Les conditions de l'offre s'articulent autour des facteurs naturels, économiques, et sociodémographiques (ces derniers étant réunis en acteurs et décideurs), les infrastructures et services et leurs dispositifs d'application dans les projets d'aménagement touristique sont construits.

2. Les conditions de demande sont obtenues avec l'évaluation du potentiel par rapport à la capacité à atteindre l'excellence dans les prestations envisagées.

3. La prise en compte de la concurrence permet d'affiner et d'améliorer l'innovation touristique notamment dans la création des packages (cf. Dreyfus-Signoles, 2002, pp. 09-10-11-12).

John Urry, en ce qu'il appelle par *« the tourist gaze »*[71], estime que les individus en tant que touristes d'une destination donnée avant même de s'intéresser aux produits, aux services, aux équipements et aux circuits, s'intéressent avant tout à l'espace touristique qui nourrit leurs imaginaires ; l'espace visité, de par ses paysages et ses tissus urbains est *« consommé »* parce qu'il est différent de ceux qu'ils fréquentent habituellement ; on peut dire métaphoriquement que l'espace touristique entame un dialogue avec ses visiteurs dans la manière dont ils l'apprécient ; du moins ces derniers anticipent que ce dialogue sera enclenché dès les premiers instants de contact (cf. Urry , 2002, p. 01).

L'expérience touristique vue sous cet angle se réalise par la consommation virtuelle de l'espace – avec les supports de communication multimodaux bien déterminés – avant l'arrivée des touristes à destination puis elle sera en quelque sorte affranchie (par rapport à l'imaginaire construit) dès l'arrivée à destination avec la consommation matérielle.

Plus loin encore, John Urry distingue entre *« land »* et *« landscape »* (pays et paysage). Si le pays est envisagé comme une ressource physique, tangible pouvant être labouré, ensemencé, pâturé sur lequel on peut s'établir, il renvoie également aux loisirs, à la détente lesquels se situent justement dans le champ de la consommation visuelle. Celle-ci a débuté dès le XVIIIe siècle et il s'est accumulé depuis lors toute une littérature de supports de consommation visuelle de l'espace touristique, à commencer par la chambre noire, le miroir de Claude (en référence à Claude Laurrain), les guides touristiques classiques (de Thomas Cook et Joanne), la connaissance élargie d'itinéraires, les esquisses et la photographie (Ousby, 1990 cité par Urry , 2005, p.20), la consommation visuelle fait appel à l'emploi des sens à un niveau tellement élevé qu'elle implique une transformation du lieu selon ses propres fantasmes. Ainsi, comme l'explique Jim Ring, les Alpes avant le XVIIIe siècle étaient considérées comme une chaîne de montagnes immense, hostile et inhospitalière. Les Alpes représentent aujourd'hui par les pratiques touristiques diverses un phénomène visuel, culturel, géologique et naturel intégré de manière indissoluble au savoir-faire touristique européen (Ring, 2009, p.9 in : idem). Dans le même ordre d'idées, la sociologue Mimi Sheller rapporte que les Caraïbes ont été romantisées par les explorateurs européens (Sheller, 2003, in : idem).

1.3 Étude de l'Algérie en tant que pays récepteur de tourisme

[71] Qu'on peut traduire par « regard soutenu ».

1.3.1 Profil général

L'Algérie se situe à deux heures d'avion de l'Europe et présente toutes les caractéristiques



Figure 24 Carte de l'Algérie

requises pour figurer au moins dans le top 20 des meilleures destinations touristiques mondiales. En effet, le pays le plus grand du continent africain en terme de superficie (2,382 millions km²) a une diversité naturelle époustouflante, des paysages contrastés, une terre aux multiples aspects à la fois méditerranéenne, africaine et orientale, un littoral s'étalant sur à 1200 km et des frontières qui se déroulent sur 6600 km (cf. Khelladi, 2016, p. 09) ; la diversité naturelle est tellement riche qu'elle inspire la réalisation de concepts touristiques : les 1200 km de côtes serviraient aussi bien pour développer le tourisme balnéaire particulièrement en haute saison que le tourisme de compétition et les sports nautiques, le littoral vierge peut également profiter au citadin dans le cadre d'un tourisme de séjour ; l'arrière-pays montagneux est plus favorable au tourisme de randonnée et au tourisme intérieur de week-end. Les reliefs majestueux comme ceux de la Kabylie, de l'Atlas blidéen ou des Aurès sont parfaits pour l'aménagement des circuits touristiques d'autant plus que ces régions abritent des stations thermales. Quant au désert, il apporte le dépaysement absolu : le Hoggar et le Tassili sont des joyaux touristiques uniques au monde (Gauthier & Kermarec, 1977).

À la diversité naturelle s'ajoutent, les diversités historique et culturelle : la terre algérienne a été au carrefour des civilisations ; les empreintes du souvenir romain sont présentes dans les hauts plateaux de Numidie, à Timgad, à Tipaza et Djemila, le tombeau royal mauritanien symbolise la culture berbère, tandis que les vestiges de Mansourah à Tlemcen datant du XIVe

siècle sont le souvenir des Zianides qui régnèrent sur le pays avant le débarquement des Turcs (cf. Widmann, 1976, p. 24 & Mesplier & Bloc-Durrafour, 2015, p. 191,).

1.3.2 Le développement du tourisme en Algérie, une question corolaire du modèle économique adopté

Au lendemain de l'indépendance en 1962, l'économie algérienne, de laquelle l'investissement touristique dépend, avait un profil socialiste. Son modèle économique, contrairement à celui d'une économie libérale qui prône l'action, des stratégies d'engagement pour générer des profits et la créativité, est un modèle avant-gardiste non adapté aux programmes économiques de grande envergure parce qu'il dépend des fluctuations du prix du baril de pétrole. En ce sens, l'économie pétrolière préfère suivre une *« logique d'allocation »* contrairement à *« la logique de production »,* sa tâche essentielle est de répartir les revenus externes, d'étudier constamment l'équilibrage de son budget et de calculer les fonds de réserve et enfin demeurer dans la dépendance totale. Cela se poursuivit jusqu'au milieu de la décennie 1980-1990, dans un contexte de bipolarité mondiale, où l'Algérie adoptait une vigoureuse politique de développement suivant le modèle de gestion de ses affaires internes proche du bloc Est sans cependant s'éloigner du mouvement des non-alignés, de l'OUA[72] et de la Ligue arabe puisqu'elle y défend le rééquilibrage des relations Nord-Sud et de l'Est-Ouest (cf. Sid Ahmed, 2001, pp. 78-79).

Cependant après la chute de l'URSS en tant que principal pôle du modèle de l'économie socialiste et surtout après la concrétisation totale la mondialisation initiée par l'Occident, le pays sera contraint de concevoir une nouvelle modélisation du système politico-économique en opérant une révision profonde de ses orientations et ses références politiques non sans traverser des périodes de crise à partir de 1988 et de graves problèmes internes notamment une guerre civile tragique qui durera toute une décennie et qui sera ponctuée par la montée en force de l'intégrisme et du terrorisme (Bouras & Chenntouf., 2008, intro et p.03).

C'est autour du mot arabe *« infitah »,* inspiré du discours populiste arabe et dénominateur de tous les efforts consentis par l'État pour intégrer une économie mondialisée que Rachid Tlemçani estime que les conditions de réformes économiques opérées en Algérie étaient radicales et anarchiques. Il définit la mondialisation comme une doctrine qui repose sur le triptyque stabilisation, libéralisation et privatisation, connue sous l'appellation du «*consensus de Washington »* et qui signifie en Occident l'exportation ou l'internalisation des capitaux et du savoir managérial vers les pays émergents et la délocalisation d'activités industrielles dans ces

[72] Organisation de l'Unité Africaine créée en 1963 à Addis Abéba (Ethiopie) en 1963 (cf. Jouve, 1984).

mêmes pays pour alléger le fardeau de la fiscalisation et de générer plus de bénéfices, dans ce registre les sociétés multinationales sont un parfait exemple (Tlemçani, 2008, pp. 29-30). Le terme *« mondialisation »* s'est si bien propagé que cela a amené le grand public à le recevoir uniquement dans ses acceptions *« positives »* : liberté d'entreprendre, privatisation, concurrence, plus de bénéfices etc. Cependant, pour les pays qui n'étaient pas préparés à s'adapter à ce nouvel ordre politico-économique planétaire, la mondialisation a causé une dévaluation de leurs monnaies, a déclenché de grandes vagues migratoires et l'appauvrissement de certains états et l'enrichissement des autres, Rachid Tlemçani a qualifié la mondialisation comme une nouvelle guerre souple, mais lourde de conséquences, qui a remplacé la guerre conventionnelle (Ibid., p. 31), un genre de guerre où l'on ne s'affronte plus par des armes mais, les victoires et les échecs entre les nations se décident sur un tableau de bord d'une entreprise mondiale ou d'une institution multilatérale, pour lesquelles des hommes et des nations ne représentent souvent que des données traitées par les ordinateurs de l'économie-monde et manipulés au gré des opportunités de profit ou des économies de coût (Benyoucef, 2008, chap.6, §1).

Plus précisément, les mesures économiques provoquées par la mondialisation ont :

1. Offert aux pays émergents ainsi que ceux qui, par contraintes multiples, se sont acheminés vers l'économie de transition, de meilleures opportunités en matière de croissance appuyées par la solidarité des États et des communautés civiles internationales ;

2. Invité ces pays à intégrer l'économie de marché et à l'internationalisation de leurs capitaux, ainsi le critère « national » n'est pas privilégié par rapport au processus de production mondialisé à caractère concurrentiel ;

3. Permis à ces pays de bénéficier de l'amélioration des dotations factorielles en matière de productivité grâce à la revue d'ensemble des conditions technico-sociales de la productivité (Cf, Bouras, pp 6-7).

En conséquence, et rien que dans la zone du Maghreb, on avait d'un côté le Maroc et la Tunisie qui ont hérité de la colonisation d'une importante infrastructure hôtelière pour développer un tourisme serviciel, et de l'autre, l'Algérie et la Libye, producteurs de pétrole qui ont préféré se satisfaire de la rente pétrolière, le refus de s'ouvrir au tourisme était d'ordre idéologique (cf. Hillali, 2003, pp. 33-34). La faible participation de l'Algérie au marché international du tourisme soit en tant qu'émetteur ou récepteur de touristes est par conséquent dû à son vécu d'État socialiste jusqu'aux années 1990 dont les principales caractéristiques sont les suivantes :

1. Avec une économie basée majoritairement sur la rente pétrolière, le pays n'a accordé d'importance au tourisme que par intermittences malgré ses potentialités touristiques à l'inverse du Maroc et de la Tunisie, pays voisins, qui ont fait du tourisme le levier

de leur économie et un secteur d'appoint fondamental (cf. Hillali, 2003, pp. 141-143, Hillali & Boumeggouti, 2016, p. 25 ; et Mesplier & Bloc- Duraffour, 2005, p. 192).

2. Compte tenu de la dépendance à l'exportation des hydrocarbures, le pays affrontait constamment les fluctuations du commerce extérieur selon les retournements de tendances. Les exportations hors hydrocarbures étaient symboliques et représentaient 3% du total des exportations, ce qui témoigne de la faiblesse de constitution d'un système productif compétitif (Bouras, 2008, pp. 8-9).

3. Au niveau de la production, l'économie se présentait avec un potentiel productif obsolète, lequel nécessitait une reconfiguration technologique, un déficit managérial criard et une gouvernance qui souffre de pratiques dépassées ; cela nous renvoie aux conditions de productivité au sein des entreprises étatiques parmi lesquelles on peut citer le vieillissement de la population occupée et la faible intégration des jeunes générations capables d'assurer la relève dans un contexte d'une économie rigide où il n'y avait pas de créativité institutionnelle, et une proportion de reconduction généalogique des postes de travail dans les entreprises publiques sans évaluation de la nécessité de leurs budgétisation ; la faiblesse de créativité peut être liée à la crise du système rentier depuis les années 1980 qui marquaient le début des perturbations sur les prix des hydrocarbures (Ibid., p.12).

Déjà au milieu des années 1970, les signes du délaissement du secteur touristique apparaissaient au lendemain d'un évènement économique important pour le pays, à savoir la nationalisation des hydrocarbures (cf. Kadri & Icheboubene, 2016, p. 287) et si ce n'est la rude concurrence subie par l'Algérie au niveau du tourisme balnéaire (une concurrence qu'elle ne pouvait malheureusement supporter sur le long terme pour plusieurs raisons notamment celles relatives au vieillissement des structures d'accueil, et le manque de formation du personnel) le tourisme saharien constituait une alternative sérieuse au tourisme balnéaire avec une saison de six mois allant de septembre à avril (Widmann, 1976).

Pour permettre le retour du pays sur la scène du tourisme mondial, une étude a été menée par le Centre National d'Étude et d'Analyse et de la Planification au début des années 2000 pour dégager des premières évaluations ; sitôt l'état des lieux constaté, l'étude a révélé que durant les six premiers mois des années 2000, près de 315 791 touristes se sont rendus en Algérie dont 244315 algériens résidant à l'étranger et 71476 étrangers ; ce total indiquait une hausse d'entrée sur le territoire fixée à 15,75% par rapport à l'année 1999 qui marquait le début de la fin de la décennie noire avec un retour au calme relatif. En cette même année 2000, la fédération nationale des opérateurs du tourisme estimera à cette période que l'Algérie disposait d'une capacité de réception et d'installation de 15000 lits touristiques ; une capacité jugée insuffisante par rapport à un besoin estimé à 100 000 lits. Au sortir de la guerre civile, le secteur touristique algérien est en retard par rapport aux voisins tunisien et marocain et même sur le plan continental ; si dans le domaine du tourisme d'affaires, Alger, la capitale satisfait des demandes

fortes, l'offre touristique est très insuffisante dans les grandes agglomérations comme Oran, Tlemcen, Constantine, Mostaganem etc. où l'on enregistre un manque criard d'infrastructure, pourtant l'arrière-pays est vierge et offre une grande diversité mais celle-ci n'est pas mise en valeur (De la Rochefoucauld, 2007, p. 213).

À la lumière de ce qui précède, les statistiques de l'Algérie sont fort peu reluisantes. Cependant à l'échelle continentale et selon les statistiques de l'OMT, le pays occupe tout de même la 6ème place dans le top des dix destinations africaines entre 2015 et 2019 (cf. tableau 5).

Pays	**Statistiques d'arrivées de touristes en Afrique entre 2015 et 2019**					
	2019	**2018**	**2017**	**2016**	**2015**	**Moyenne**
Maroc	12,9 millions	12,3 millions	11,3 millions	10,3 millions	10,2 millions	**11,4 millions**
Afrique du Sud	10,2 millions	10,5 millions	10,3 millions	10 millions	8,9 millions	**9,98 millions**
Égypte	13 millions	11,3 millions	8,2 millions	5,3 millions	9,1 millions	**9,38 millions**
Tunisie	9,4 millions	8,3 millions	7,1 millions	5,7 millions	5,4 millions	**7,18 millions**
Nigéria	5,4 millions	5,3 millions	5,2 millions	5,3 millions	6 millions	**5,44 millions**
Zimbabwe	2,3 millions	2,6 millions	2,4 millions	2,2 millions	2,1 millions	**2,32 millions**
Algérie	2,4 millions	2,7 millions	2,5 millions	2 millions	1,7 millions	**2,26 millions**
Mozambique	2 millions	2,9 millions	1,5 millions	1,7 millions	1,6 millions	**1,94 millions**
Côte d'ivoire	2,1 millions	2 millions	1,8 millions	1,6 millions	1,4 millions	**1,78 millions**

Tableau 5 statistiques de l'OMT sur les touristes internationaux dans les pays africains enregistrant le plus d'arrivées (dernière mise à jour le 12/05/2023).

À l'échelle du monde arabe, l'Algérie avec les mêmes statistiques sus indiquées a partagé la neuvième place avec le sultanat d'Oman dans le top 10 des pays arabes les plus visités, tandis que les Émirats Arabes Unis jouant les premiers rôles dans le tourisme mondial avec leur stratégie du tourisme métropolitain concentrée sur Abou Dhabi et Dubaï se sont adjugés la première place, suivis par l'Arabie Saoudite qui a commencé à s'ouvrir au tourisme d'une manière accélérée. Les pays limitrophes de l'Algérie, la Tunisie et le Maroc conservent aussi bien au niveau continental qu'à l'échelle arabe leurs réputations respectives en tant que pays d'expérience touristique.

Pays	**Statistiques d'arrivées de touristes dans le monde arabe entre 2015 et 2019**					
	2019	**2018**	**2017**	**2016**	**2015**	**Moyenne**
UAE	21,6 millions	20,2 millions	19,2 millions	18,1 millions	16,8 millions	**19,18 millions**
Arabie Saoudite	17,5 millions	15,3 millions	16,1 millions	18 millions	18 millions	**16,98 millions**

Maroc	12,9 millions	12,3 millions	11,3 millions	10,3 millions	10,2 millions	**11,4 millions**
Bahreïn	11,1 millions	12 millions	11,4 millions	10,2 millions	9,7 millions	**10,88 millions**
Égypte	13 millions	11,3 millions	8,2 millions	5,3 millions	9,1 millions	**9,38 millions**
Tunisie	9,4 millions	8,3 millions	7,1 millions	5,7 millions	5,4 millions	**7,18 millions**
Koweït	0,2 millions	8,5 millions	7,4 millions	7,1 millions	6,9 millions	**6,02 millions**
Jordanie	4,5 millions	4,2 millions	3,8 millions	3,6 millions	3,8 millions	**3,98 millions**
Qatar	2,1 millions	1,8 millions	2,3 millions	2,9 millions	2,9 millions	**2,4 millions**
Algérie	2,4 millions	2,7 millions	2,5 millions	2 millions	1,7 millions	**2,26 millions**
Oman	1,9 millions	2,9 millions	2,3 millions	1,8 millions	2,1 millions	**2,26 millions**

Tableau 6 Statistiques de l'OMT (en ligne) sur les arrivées de touristes internationaux dans le monde arabe (Dernière mise à jour le 12/05/2023)

Cette brève étude de l'économie du tourisme en Algérie nous mène à conclure que l'offre touristique algérienne n'a jamais été stable étant donné que le pays a été pendant longtemps impacté par les turbulences politico-économiques. Il faudra donc années stables pour observer et juger réellement des capacités des pouvoirs publics à mettre en place une véritable mise en tourisme qui correspond aux atouts naturels du pays.

1.3.3 Potentiels touristiques exploitables

L'Algérie comme on l'a signifié plus haut (cf. supra, p.356) est un pays candidat au tourisme mondial doté d'un espace touristique époustouflant qui invite à l'innovation et à la création d'innombrables offres touristiques ; le pays se caractérise surtout par deux types majeurs non exploités à ce jour à bon escient :

1.3.3.1 L'exploitation du littoral

1.3.3.1.1 Les modèles de touristification du littoral marocain et tunisien

Boualem Kadri et Youcef Icheboubene rapportent le fait que l'Algérie n'a pas enclenché la mise en tourisme dans le bon tempo, c'est-à-dire dès le recouvrement de l'indépendance en exploitant les dotations factorielles laissées par la puissance coloniale avec la combinaison d'autres facteurs et leur relation systémique permettant de développer un tourisme aux multiples facettes (cf. Kadri & Icheboubene, 2016, p. 286). Cela a engendré un retard difficile à rattraper par rapport aux pays voisins (la Tunisie et le Maroc) et ce même avec la mobilisation de moyens majeurs (ibid., p.288). En effet, le Maroc et la Tunisie qui partagent avec l'Algérie le même écosystème naturel étaient déjà réputés comme étant des pays chevronnés dans la création de l'expérience touristique après avoir intégré le secteur du tourisme aux stratégies de mise en valeur de leurs espaces respectifs par la rapidité de son expansion spatiale et de son extension sectorielle ce qui leur a donné l'image de pays concurrentiels dans le tourisme balnéaire (cf. Hillali, 2003, p. 48). Vers 1988, la Tunisie et le Maroc représentaient à eux seuls

44 % des capacités hotellières dans la zone Afrique, la progression des réalisations d'infrastructures d'hébergement dans la zone d'Afrique du nord en général, et plus précisément dans ces deux pays à caractère indiciel, était à 30 % comparée à celle de tous les autres pays du même continent qui avançait à 10 % (cf. Vellas, 1992, p. 77). Le Maroc et la Tunisie ont fait du tourisme balnéaire une priorité absolue dès les premiers projets d'aménagement des ZET[73]



Figure 25 Schéma de liaison de villes touristiques marocaines offrant un itinéraire touristique d'exception

dans leurs littoraux respectifs. Au Maroc, dès les années 1960, des stations balnéaires ont vu le jour aussi bien au nord – dans les villes importantes méditerranéennes comme Tanger (porte d'entrée du Maroc décrite comme un amphithéâtre) et Saïdia surnommée la perle bleue – que sur le littoral atlantique représenté par les régions d'Agadir, Safi et Essaouira ; cette zone constitue d'ailleurs un bon point de départ pour explorer d'autres régions offrant un autre cadre de plaisance comme Marrakech et Ouarzazate symboles du tourisme du sud au Maroc (cf. Mesplier & Bloc-Durrafour, 2015, p. 189). Il convient à ce propos de souligner cette belle mosaïque qui réunit les zones sahariennes et balnéaires dans un rayon de kilométrage routier de 1005 km (cf. figure 25) et qui permet de vivre une expérience de tourisme aux multiples facettes, innovante et créative.

Chadia Arab et Christophe Guibert rapportent que le Maroc, grâce à la *« touristification »* de ses littoraux atlantique et méditerranéen, a cultivé une véritable tradition dans le tourisme balnéaire à l'échelle mondiale depuis 1970 au point d'accueillir des sports nautiques comme le surf. Le site de Taghazout (près d'Agadir) est connu mondialement pour ses vagues d'Anchor

[73] Zone d'expansion touristique

point, ce qui lui a valu une reconnaissance internationale et une 5ème place parmi les grandes stations internationales de surf. Cette touristification s'est construite grâce à l'investissement des pouvoirs publics conjugués aux initiatives citoyennes appelées *« transformation touristique par le bas »* (c'est-à-dire non reconnues par la nomenclature et les normes de classement officielles) mais bien plus visibles parce qu'elles permettent un remodelage de l'espace et de la société d'une manière surprenante (Arab & Guibert, 2016, pp. 151-153- 154).

L'image de marque du tourisme balnéaire en Tunisie est représentée par l'exploitation de ses vestiges naturels dans la création de packages touristiques innovants. Tel est le cas de Yasmine Hammamet qui se distingue par son paysage naturel et son cachet urbanistique offrant de ce fait un espace idéal de villégiature (cf. Hellal, 2016, p. 264). Le développement du tourisme en Tunisie initié par ses acteurs l'ONTT[74] et l'AFT[75] remonte, tout comme au Maroc, aux années 1970. Yasmine-Hammamet, en tant que ville artificielle est le fruit de la concrétisation d'un modèle de création de stations balnéaires types pour répondre à la demande de tourisme de masse. Selon le géographe Jean-Marie Miossec, le concept de zone intégrée repose sur trois échelles de lecture :

1. Une intégration interne qui concerne les équipements réunis applicables à la mise en tourisme pour un type particulier (balnéaire, culturel, saharien etc.).

2. Une intégration externe qui nécessite l'intervention innovante de l'humain pour faire fonctionner les équipements.

3. La durabilité comme critère visant à conserver et protéger l'environnement de la zone intégrée et à pérenniser ses performances (Miossec, 1996, pp-761-766 in : Hellal, 2016, p.265).

Pour Mimoun Hillali, la lecture administrative des conditions de la mise en tourisme balnéaire en Tunisie tout comme au Maroc permet de relever que ces deux pays font partie de ceux qui n'ont pas cherché au départ à se satisfaire d'un tourisme de rente avec la promotion d'un seul secteur, mais à créer des zones touristiques en misant sur la diversification de l'offre dérivée pour stimuler la demande internationale en offrant une large gamme d'hébergement. Ils ont concrétisé, contrairement à l'Algérie, leurs potentiels touristiques dans le balnéaire autour de trois symboles naturels de gisement touristique inépuisable « mer, plage, soleil » (cf. Hillali, 2003, pp. 27-33).

[74] Office National de Tourisme Tunisien.
[75] Agence Foncière Touristique.

1.3.3.1.2 Le caractère flou du développement du tourisme balnéaire algérien

Pour le cas du littoral algérien, on dira que depuis 1962 à ce jour le tourisme balnéaire n'a jamais atteint une qualité satisfaisante à cause des perturbations socio-politiques et des retards enregistrés dans l'investissement dans les infrastructures avant 1990. En dépit du potentiel naturel, l'identification des centaines de sites pittoresques et leur intégration dans des plans de création des zones d'expansion touristiques (ZET) à côté des grandes villes comme Alger, Oran, Mostaganem, Skikda et Annaba, il était impossible de rattraper l'insuffisance par rapport aux flux touristiques de plus en plus croissants et de répondre aux exigences en matière d'équipements (Ghodbani, Kansab, & Kouti, 2016, pp. 1-3).

À partir des années 2000 et malgré l'amélioration des conditions sécuritaires suite à l'amnistie nationale et la prise en compte de l'importance de l'aménagement des ZET, dans un premier temps, puis leur amélioration de manière régulière dans l'objectif d'atteindre des prestations de qualité ne serait-ce qu'à l'échelle continentale, les comités chargés de la fructification des ZET et la valorisation des potentialités naturelles du littoral, le CALPI[76] et l'ANDT[77] n'ont pas su mettre le pied à l'étrier pour élever le tourisme balnéaire algérien au rang des pays méditerranéens concurrentiels en terme de savoir-faire (ibid., p.4).

Les études respectives de Malika Kacemi sur la situation du littoral oranais (Kacemi, 2011) ; de Boualem Kadri et Youcef Icheboubene sur la mise en tourisme de la région d'Azzeffoune en Kabylie et ses répercussions aussi bien positives que négatives sur l'image et l'armature villageoise de la région rurale depuis des siècles (Kadri & Icheboubene, 2016) ; celles de Ouassila Menouer, Mohamed Salah Zerouala et Abdelkrim Dahmen sur les défis environnementaux qui se dressent face à la fréquentation croissante du littoral algérois (Menouer, Zerouala, & Dahmen, 2017) ; et de Tarik Ghodbani sur la nécessité de protection du littoral de Rachgoun de la côte ouest d'Algérie (Ghodbani, 2005), sont des études concernées par les problèmes denses du tourisme domestique et donc non tournées vers les préoccupations internationales qui se situeraient déjà à une échelle encore plus élevée. Ces études émaneraient-elles de visions segmentées de la situation du littoral dans ses deux extrémités ? En tout cas, on peut les considérer comme approches d'étude légitime du tourisme tant il est difficile voire impossible de dresser un panorama complet des problèmes administratifs, urbains, socio-économiques, culturels, politiques et idéologiques qui empêchent de développer une vraie politique de mise en tourisme du littoral algérien et par conséquent mener une réflexion approfondie sur les mesures à prendre à l'avenir. En nous référant aux statistiques de

[76] Comité d'assistance locale et de promotion de l'investissement.
[77] Agence nationale du développement du tourisme.

l'organisation mondiale du tourisme (OMT, 2023) l'Algérie, depuis 2009 à ce jour, n'a pas vu le nombre de ses visiteurs internationaux atteindre les 3 millions (dont une bonne partie est représentée par les Algériens vivant à l'étranger) ce qui prouve que le pays n'a pas encore une tradition dans le tourisme. Dans le même ordre d'idée, Malika Kacemi dira qu'en dépit de la mise en place des zones d'expansion touristiques en 1966 il n'a jamais existé de politique claire visant à gérer et à promouvoir le tourisme balnéaire, encore moins d'une manière durable et qu'actuellement la majorité des ZET ont été détournées de leur vocation initiale, leurs terrains d'assiettes ont servi pour implanter des lotissements et des coopératives immobilières (cf. Kacemi, 2011, p. 2).

Saïd Boukhelifa, président du syndicat national des agences de voyages en Algérie (SNAV), dans son intervention à la radio M (radio du grand Maghreb), en s'appuyant sur les impressions de Yann Arthus-Bertrand suite à sa réalisation du documentaire *« Algérie vue du ciel »,* a estimé que le pays a le potentiel pour figurer parmi les destinations les plus prisées du monde – à condition que les décideurs adoptent une feuille de route adéquate – , qu'il fallait assumer le fait que le tourisme balnéaire en Algérie est dépourvu d'équipements et donc improductif et qu'il fallait surtout concentrer les efforts sur la mise en tourisme culturel, saharien et métropolitain d'autant plus que ces trois types représentent un tourisme apaisé, démassifié et réputé pour fournir des prestations de haut de gamme ; ils génèrent plus de revenus que le tourisme balnéaire et l'Algérie dispose des ressources et du potentiel pour leur production (Boukhelifa, 2020).

1.3.3.2 L'exploitation du tourisme saharien

À la lumière des difficultés du lancement d'une véritable mise en tourisme balnéaire en Algérie, le contraste entre le potentiel énorme et la quasi-absence de production touristique au sud de l'Algérie est plus frappant. Il s'agit selon Jeremy Keenan d'une situation particulièrement inhabituelle compte tenu des atouts naturels incomparables du pays et de sa proximité avec l'Europe, le plus grand marché touristique du monde (cf. Keenan, 2005, p. 159).

En effet, s'il y a un potentiel touristique considérable que l'Algérie n'exploite pas c'est bel et bien le tourisme saharien duquel plusieurs variantes peuvent être exploitées notamment le tourisme oasien, le tourisme de parcs (Bensadek, 2019, p. 119), les méharées, le trekking, les sports d'escalade, de randonnée, de course à pied etc. En effet, le Sahara est une terre d'aventure et un espace d'habitat des hommes bleus (Touaregs) qui symbolisent le mythe saharien aux yeux des Occidentaux. L'Algérie a vu son tourisme saharien souffrir des fluctuations sécuritaires de toute la zone du Sahel qui a été émaillée de guerre et de violences contrairement aux espaces sahariens plus paisibles (Maroc, Tunisie, Tchad). La production touristique au sud

algérien se caractérise par des offres à la carte dans chaque saison hivernale à partir d'octobre à avril, période aux conditions climatiques optimales. Les offres à la carte sont des prestations à faible budget, improvisées et sur demande de clients majoritairement locaux ou de groupes internationaux ayant pris l'habitude de visiter le pays par expérience ou par affinité.

Ces prestations sont fournies par quelques centaines d'agences touristiques établies à Djanet et à Tamanrasset souvent gérées par des guides chevronnés, des intellectuels, voire des enseignants en langues étrangères. Les principaux sites d'attraction du sud algérien à l'échelle internationale sont le massif du Hoggar dans la région de Tamanrasset et le Tassili N'Ajjer près de Djanet, wilaya d'Illizi (région administrative) les deux sites font la taille de la France septentrionale (cf. Keenan, 2004, p. 227). Plutôt routinières, les prestations s'articulent autour du transport de touristes en caravanes au pied du mont *Assekrem*, une autre zone d'attraction située à 80 km de Tamanrasset. Les recettes de production touristique ont toujours subi les fluctuations compte tenu des perturbations sécuritaires, le nombre de visiteurs internationaux a atteint 15000 seulement à la fin des années 1980 puis environ 12000 à 15000 durant les saisons hivernales de 2009 et 2010 (cf. Lecoquierre, 2016, pp. 125-128).

Globalement, le sud de l'Algérie a toujours été préservé du tourisme de masse, la traque des narcotrafiquants et des différentes factions terroristes[78] liées au groupe d'État Islamique par l'armée algérienne qui a donné lieu épisodiquement à de violents affrontements[79] a toujours retardé la mise en place d'une stratégie visant à mettre en valeur l'immensité du sud algérien et sa diversité naturelle (le tourisme oasien à Biskra, Timimoune, Béchar et le tourisme d'expédition dans les régions du Hoggar et le Tassili).

1.3.3.2.1 Le Paris-Dakar en Algérie, exemple de transformation de l'espace saharien dévoilant un potentiel touristique d'exception

Le Paris-Dakar peut être classé dans la rubrique du tourisme sportif d'action. Il s'inscrit dans une modalité touristique de séjour sportif à l'étranger afin d'expérimenter la nature et d'y forcer des concepts de compétition même si cela a soulevé a plusieurs reprises des contestations et des points négatifs comme par exemple le fait de perturber le mode de vie des populations locales habituées à un rythme de vie relativement calme (cf. Mauttiaux, 2007, p. 148).

Dans la période allant de 1979 à 1988 et exceptionnellement en 1993, le Sahara algérien a été révélé au monde tel un tableau d'exposition grâce au rallye Paris-Dakar qui est un évènementiel

[78] Les groupes djihadistes les plus connus et actifs sont, Ansar dine, le MUJAO (Mouvement pour l'unicité et le jihad en Afrique de l'Ouest) et l'AQMI (Al-Qaïda au Maghreb Islamique).
[79] Notamment celui de la prise d'otage du site gazier de Tiguentourine dans la région d'In Amenas, wilaya d'Illizi en 2013 qui s'est soldée après l'intervention de l'armée algérienne par la perte de 40 employés et 29 assaillants (cf. Berkani, 2018).

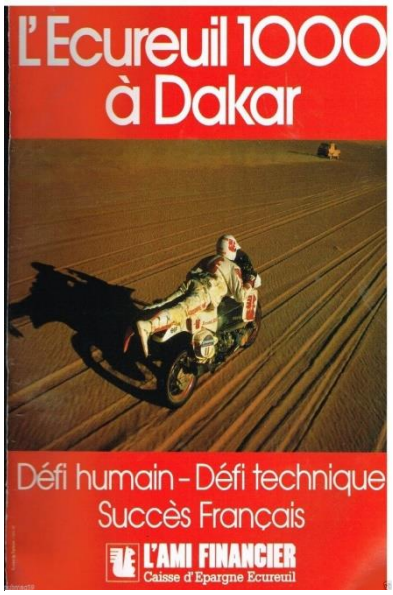


Figure 26 Exemple d'une publicité de la banque la Caisse d'Épargne sponsor du Paris-Dakar en 1988 (Paris-Dakar, 2015).

de sport mécanique d'une grande envergure. Durant cette période, les grandes écuries automobiles, parallèlement aux scènes spectaculaires de courses en plusieurs étapes [80] traversaient le continent africain depuis Paris (point de départ) jusqu'à Dakar (point d'arrivée) en croisant le fer avec un espace réputé farouche aux conditions extrêmement difficiles non sans subir des pertes humaines et des dégâts matériels ; l'expérience du Dakar[81] a révélé le branding culturel du sahara algérien aux éléments interdépendants : espace, culture, évènementiel, discours, moyens et équipements, ce branding culturel pouvait à long terme aboutir à la conception d'un véritable produit touristique de haut de gamme alimenté par les différentes zones d'expansion touristique.

Selon une définition de l'ouvrage collectif *« gestion des itinéraires culturels : théorie et pratique »* publié par le conseil de l'Europe, le branding culturel est un processus de création de marque forte qui résonne dans l'esprit du consommateur et qui doit réussir à communiquer son essence même (cf. Conseil de l'Europe, 2015, p. 87). Par corrélation, le Paris-Dakar est un itinéraire mythique dans sa valeur grâce à ses parcours, ses anecdotes, ses difficultés par rapport aux conditions climatiques rudes du désert etc.

Dès lors, la médiatisation de ce sport mécanique a suscité pour le grand public un engouement pour le tourisme saharien qui a connu un certain dynamisme tout au long de la

[80] Dans le jargon du rallye, les étapes sont plutôt appelées « spéciales ».
[81] Version abrégée du Paris-Dakar.

décennie 1979-1988. Les étapes algériennes du Paris-Dakar ont mobilisé des pratiques discursives qui ont transformé les attributions réputées rudes du désert en le présentant dans des guides automobiles comme un espace d'aventure beaucoup plus accueillant en lui empruntant ses propres symboles pour les intégrer aux modèles de discours publicitaires aux stratégies diverses (promotion automobile, sponsoring etc.) (voir figures 26, 27 et 28).

L'argumentation publicitaire de ces affiches s'articule autour de l'adaptation du contexte du rallye Paris-Dakar à la démonstration de performances de chaque constructeur automobile dans un univers de compétition dont l'espace saharien est le théâtre. C'est un processus qui permet

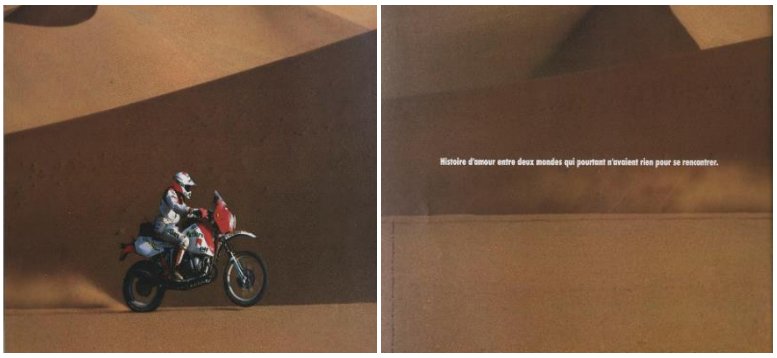


Figure 28 Couverture publicitaire de la motocyclette BMW RG 100S 198, source : (Vargiolu & Moncet, 1988)

d'éveiller l'émotion rattachée à notre perception à la passion automobile.

Le discours inspiré de l'action et relié au message publicitaire ou en narration est manifesté de sorte qu'on accentue d'une part le verbe sur la longévité de l'équipement (véhicule, moto, camion) et sa résistance aux défis de la nature et d'autre part, on loue le mérite des dernières innovations en sport mécanique par des messages publicitaires en hypertexte ciblant la population locale et internationale (ex :« *Sand blaster* » (figure 28) qu'on peut traduire par *« La sulfateuse des sables »* en référence à sa puissance de propulsion qui ferait la différence sur les



Figure 27 Couverture publicitaire italienne de l'équipementier Bertoni en tant que sponsor de Honda, source et de la motocyclette Suzuki (Paris-

pistes désertiques). Quant à l'arrière-plan, on retrouve l'image et les couleurs qui renforcent le discours.

Si on occulte le volet verbal de ces affiches, on dira d'abord qu'elles sont de pures réalités capturées au moyen de l'œil photographique, ensuite on leur a conféré des valeurs langagières par la modélisation discursive inspirée du symbolisme de l'espace désertique et de la culture locale (figure 27 : *« histoire d'amour entre deux mondes qui pourtant qui n'avaient rien pour se rencontrer »*, figure 28 : *« Sand blaster, Avventura »*) ; l'insertion de paratextes auctoriaux permet d'avoir des informations sur l'organisation, le sponsoring etc. (figure 26 : *« l'écureuil 1000 à Dakar »*) et enfin, en rajoutant les caractères typographiques sous forme de mot-images, on obtient la nouvelle réalité destinée à la communication pragmatique. Albert Plécy écrivait dans *« photos, arts et langages »* que le mot-image est le fruit de nouveaux environnements de plus en plus imagés et qu'on ne fait pas que dire le mot par son aspect graphique, mais on le visualise :

> Le mot imprimé ne possède aucun élément d'information visuelle : la rigueur du graphisme vise à garder le plus possible le sens du mot lui-même. En y ajoutant des éléments d'information visuelle, on assiste à la fusion de deux langages unidimensionnels. Les avantages de l'un et de l'autre s'additionnent. L'image permet de communiquer de multiples messages en plus de ceux que renferme le mot. L'écrit bénéficie des avantages de la lecture globale et déclenche sans doute plus efficacement les images mentales (Plécy, 1971, p. 226).

C'est de cette manière que l'espace est perpétuellement transformé dans un premier temps sur le terrain par les actions des individus et par leurs croyances, leurs émotions, leurs choix et arbitrages, leurs souvenirs, leurs stratégies, puis dans un second temps, il est projeté par des imaginaires symboliques et des pratiques discursives lesquelles à travers les choix et les actions transforment le réel par l'agir de communication (cf. Fijalkow, 2017, pp. 9-10).

Si les symboles naturels de gisement touristique dans le littoral algérien ne sont pas suffisamment exploités pour créer une véritable expérience touristique, l'expérience du Paris-Dakar, en a dévoilé d'autres. Ainsi, l'erg, le reg, l'oasis, la palmeraie, le 4x4, les méharées enrichissent la mosaïque exceptionnelle de l'offre touristique et traduisent la diversité des paysages du pays. L'histoire du Rallye Dakar dans son chapitre africain qui a duré 29 ans, dans laquelle les étapes algériennes ont constitué des itinéraires importants, aurait pu être un fer de lance pour asseoir une vraie politique de mise en tourisme au sud algérien et maintenir la qualité du gisement touristique en vue d'en assurer un développement durable, mais l'arrêt définitif de l'évènement en Algérie, dès l'année 1993 à cause de la guerre civile, réhabilita le climat d'insécurité et l'aspect farouche d'un Sahara toujours immense. Le Paris-Dakar a eu le mérite de produire une vision fascinante du Sahara algérien et de le préparer comme un espace de

découverte pour les professionnels du tourisme. En tant qu'espace multifonctionnel, il peut servir pour le développement d'une pratique sportive bien connue sous le nom du Trekking qui crée une forme de dépaysement social et environnemental permettant de rester au contact avec la nature et de respirer l'air pur. Patrick Bauer, spécialiste des expéditions au désert et créateur du marathon des sables qui se déroule chaque printemps au Maroc depuis 1986 a expérimenté son concept en 1984 après avoir traversé le désert en solo de Tamanrasset à In Guezzam en une distance de 350 km (cf. Mauttiaux, 2007, pp. 146-147).

Lorsque l'espace est sauvage aux yeux de ses visiteurs, les possibilités relatives à sa « consommation » sont tellement abondantes que cela peut se présenter comme un défi. La confrontation avec l'espace est la clé qui permet de définir les caractéristiques relatives à la mise en place d'un type de tourisme donné, d'en ancitiper les circonstances de pratique et d'en concevoir les atouts communicationnels adéquats qui facilitent sa diffusion et la création de son image de marque. Le respect des contraintes relatives à la mise en tourisme de l'espace saharien algérien peut aider à bâtir une politique de développement touristique qui concilie entre deux visions de cet espace : une vision de la « nature-source » propre aux autochtones et une vision de la « nature-loisir » propre au visiteur. L'espace saharien, en fonction ses usages, est un enjeu entre groupes aux intérêts différemment territorialisés. Mais la participation de chaque acteur permet de doter cet espace de valeurs supplémentaires en plus du rôle de la communication et la traduction (ibid, p.150). En effet, la communication par la langue et les images créent l'ambiance touristique et met en scène le patrimoine qui représente l'ensemble des constituants symboliques de l'espace : lieux, monuments, richesses et valeurs matériels et immatériels. La documentation iconographique n'a pas seulement un rôle d'illustration. L'image en tant que péritexte iconique agit sur le lecteur-visiteur afin d'influencer « *ses représentations et son système de croyances* ». Le péritexte iconographique transforme le texte et le fait passer du statut de corpus à celui d'objet théorique et transversal. Il lui confère une certaine « poétique » par laquelle l'objet à lire devient un « objet à voir » car l'image et la photo entrainent le lecteur au déla du texte (cf.Denieuil, 2009-2010, p. 11).

On peut donc conclure que la mise en tourisme du Sahara algérien est impactée par les transformations tantôt positives et tantôt négatives du grand espace saharien et transsaharien englobant plusieurs pays notamment le Mali et le Niger qui connaissent de graves tensions à ce jour ce qui affecte les gisements touristiques. L'État algérien, de son côté, a jugé utile de prôner une politique d'un tourisme « *contrôlé* » pour des raisons de souveraineté et de défense intérieure, de privilégier la sécurité du pays près des frontières et que les acteurs locaux se

satisfassent des prestations certes maigres mais plus ou moins pérennes par la fidélisation des offres à la carte.

Réhabiliter le tourisme saharien, compte tenu des circonstances territoriales selon Cherifa Bensadek (2019, pp. 122-133) passe par une revue des priorités. Elle énumère *« sept des pistes d'actions opérationnelles »* concernant l'investissement écotouristique d'abord à l'échelle locale en adoptant des mesures organisées et écologiques en privilégiant notamment :

1. La construction de l'image de marque des territoires du sud algérien en développant des images marketing fortes. En ce sens, les parcs culturels tels que le « *Tassili-Ahaggar* » devraient être exploités comme des noyaux symboliques ou marqueurs identitaires dans la production des images touristiques vierges pouvant interpeler les imaginaires collectifs et individuels ; ces images formeront un capital imagé de ces parcs.

2. L'investissement de ce capital imagé dans la conception de packages innovants pouvant être associés aux offres d'hébergement atypiques, qui se démarquent, qui créent l'événement et surtout qui aident à cultiver la différence en invitant à vivre une expérience inédite.

3. L'éveillement de l'intérêt pour le tourisme local à travers la sensibilisation et la formation aux métiers du tourisme, l'association de la population locale leur permettra d'appréhender les retombées du tourisme ce qui les incitera a participer activement aux divers projets.

4. L'encouragement – dans le prolongement du soutien à l'initiative citoyenne dans la question tourisme – aux métiers artisanaux lesquels permettront de générer des revenus pour la population, en même temps l'artisanat révèle le potentiel créatif humain, valorise et perpétue les traditions locales et les préserve du vieillissement identitaire.

5. L'adoption de stratégies d'aménagement et d'hébergement touristique en s'appuyant sur les spécificités culturelles et architecturales d'une région concernée en vue d'obtenir des zones d'expansion touristique harmonisées avec l'espace construit (ou reconstruit).

6. La fructification du travail coopératif entre plusieurs acteurs et prestataires du tourisme en vue de mener à long terme les projets de développement touristique.

7. La mise en pratique de stratégies de promotion et de marketing pour améliorer la visibilité des lieux touristiques en associant tous les acteurs possibles (pouvoirs publics, citoyens, presse nationale et internationale). La stratégie promotionnelle devrait être articulée autour de la communication numérique à travers la conception des sites webs, plateformes etc. et de la communication participative avec la production d'affiches publicitaires.

2 Mise en tourisme et construction des hyperréalités par mise en scène du patrimoine. Compte rendu d'enquête de terrain sur le patrimoine comme symbole de promotion de l'image de marque de la ville de Tlemcen (Algérie)

Nous avons défini plus haut sous le titre « mise en tourisme » (cf. supra, p.293) que les pays industrialisés ont adopté au lendemain de la Seconde Guerre mondiale la stratégie de l'expérience touristique (cf. Dreyfus-Signoles, 2002, p. 14). Ce sont des pays capables de créer l'offre touristique, de la regénérer par la valorisation de l'espace et la facilitation à son accès en mettant en avant le branding culturel, l'innovation à tous les niveaux et de la pérenniser par la planification et l'étude de marché conjuguées à la politique de la diversification des offres. Sous cet angle, on peut considérer que l'expérience touristique est à la fois stratégie et tradition ; c'est une vision ensembliste de plusieurs pratiques touristiques au sein d'un même pays, qu'il soit émetteur ou récepteur de touristes ; elle concerne les compétences de ce pays à créer des supports de communication multimodale emplis d'imaginaires positifs dans un espace qui se transforme constamment pour une création de la vie touristique.

Dean MacCannell explique la teneur du mot *« expérience »* par rapport à la culture sachant que l'expérience touristique est après tout une variante de l'expérience culturelle.

L'expérience culturelle a deux parties nécessaires à son aboutissement, la première est le modèle *« the model »* relatif à la représentation de certains aspects de la vie virtuellement ou dans le monde extérieur ; la seconde est l'influence *« the influence »* exercée par le modèle. En ce sens, certains pays ayant un *« cachet »* de création d'un univers touristique – selon le type de tourisme dans lequel ils sont performants – sont réputés pour la diffusion d'un idéal culturel que tout voyageur ou vacancier ne se lasse pas d'aller retrouver à chaque occasion. Le rêve américain est, à titre d'exemple, un idéal culturel composite applicable à la fois au tourisme et à l'immigration parce que l'Amérique n'a cessé de fasciner pour ses opportunités professionnelles et ses imaginaires touristiques. Le Médium *« the medium »* unit le modèle et l'influence, celui-ci se rapporte généralement aux médias car ce sont bien eux qui créent l'interaction sociale et les rassemblements sociaux *(social gatherings)* tout en garantissant la construction des expériences culturelles. Enfin, le modèle, l'influence, le medium ainsi que tous les éléments auxiliaires gravitant autour d'eux sont chapotés par un système de production culturelle *« cultural production system »* qui fait partie intégrante de l'expérience touristique (cf. MacCannell, 1989, pp. 23-25).

Marc Laplante, lui-même influencé par Dean MacCannell, explique que l'expérience touristique englobe les actions entreprises dans les zones touristiques les plus fréquentées et

qui conduisent à des *« métamorphoses des milieux récepteurs »*. Ainsi, les festivals, carnavals, foires, expositions etc. renouvellent les images des espaces consacrés à la touristification, ces évènements joyeux participent à la reconstruction permanente de l'attractivité et, pour l'exploitation touristique, si l'on met en discours les objets, édifices, places publiques, œuvres d'art, quartiers urbains, personnages historiques, évènements heureux et malheureux, ces constituants de l'espace touristique seront mis en évidence, exposés, éclairés, interprétés, reconstitués, transformés en spectacles pour en afficher la valeur. Marc Laplante canalise la performance de l'espace touristique dans la manière dont la société d'accueil expose sa beauté au touriste à travers les évènements festifs.

Ce qui renforce, à notre sens, l'attractivité d'un pays, d'une ville, voire même un quartier sous l'expression dénominative *« expérience touristique »*, c'est le fait de conjuguer dans un premier temps sous couvert d'innovation (ou de performance), son patrimoine constitué d'aspects physiques (monuments, centre historique, etc…) avec les pratiques discursives (verbales et iconiques) induites par la communication, et dans un second temps, de garder à l'esprit que c'est bien la communication multilingue qui renouvelle l'image de marque de ce patrimoine et qui le fait parler. C'est dans ce point précis qu'intervient la traduction, et par corrélation, la paratraduction.

Tlemcen d'antan était surnommée *« la bien gardée de Dieu »*, enveloppée de massifs séculaires d'oliviers, de figuiers et de térébinthes, ayant à ses pieds le tapis changeant des vallées de la Tafna et de la Safsaf, Tlemcen, entourée de vallées pleines de sources comme la lame qu'on tire d'un fourneau, elle occupait une des plus admirables positions que puisse choisir un faiseur de villes. Léon l'Africain, après l'avoir visitée au XVIe siècle disait que Tlemcen était une grande cité royale. Du temps du roi d'Abou Tachfine, elle n'était pas moindre en grandeur et en civilité puisqu'elle parvint à seize mille feux (cf. Marçais, 1902, pp. 8-10).

Tlemcen s'est construite au fil du temps sur les ruines d'autres citadelles, royaumes (*mamlakāt*) mythiques qui l'ont précédée. Elle était autrefois une fondation romaine connue sous le nom de Pomaria, ensuite elle fut un temps sous la domination des Idrissides (entre le VIIIème et le IXème siècle), puis devint sous le règne almoravide l'une des villes les plus importantes du Maghreb (entre 1080-1081 et 1145) composée de deux noyaux urbains Tāgrārt et Agādyr (séparés à un moment par des remparts, puis unifiés dans les périodes interdynastiques) puis une capitale de la dynastie Abdalwadides (connue également sous le nom des Zianides) entre 1236-1554, la ville se serait développée dès l'avènement des almoravides sous le règne de Youcef ibn Tachfine jusqu'au XIVe et prospéra jusqu'à son siège par les Mérinides durant une décennie à partir de 1359 et durant laquelle, ceux-ci érigèrent la

citadelle de Mansourah ; le XVe siècle marquera le déclin de Tlemcen comme l'une des capitales phares du Maghreb ainsi que la perte de son statut de royauté avec l'avènement des Turcs puis l'invasion française dès 1830 (Vanz, 2019, pp. 9-10).

Durant le XIXe siècle, Charles Barbet dans son ouvrage *« la perle du Maghreb »* dépeignait la ville sous colonisation française en mettant en évidence sa composante sociale qui caractérisait son cachet typiquement maghrébin dont l'espace public voyait déambuler Juifs grassouillets et hirsutes, Arabes coiffées de chéchias et drapés de burnous, Marocains vêtus de Djellabas, Mauresques emmitouflées dans leurs blancs haïk, aux regards noirs virevoltants et des françaises pimpantes au teint fleuri (Barbet, 1907).

Tlemcen est aujourd'hui l'une des villes les plus attractives d'Algérie, située à l'ouest du pays, à environ 160 kilomètres d'Oran et à peine vingt minutes de la frontière marocaine, son riche patrimoine culturel, ses vestiges et son aura en tant qu'ancien centre culturel et islamique rayonnant du Maghreb sous diverses dynasties et capitale du pays durant la dynastie des Zianides lui ont valu un cachet ancestral et un jumelage avec Grenade, Fez et Montpellier. Chaque dynastie a marqué la ville de son empreinte par la construction de mosquées, palais, médersas et citadelles qui font que la capitale des Zianides demeure belle et accueillante.

Compte tenu du cachet historique et culturel de la ville, nous avons tracé notre itinéraire d'enquête autour des monuments classés historiques pour relever l'état de prise en charge du patrimoine et sa valorisation par la communication touristique dans l'hypothèse d'une conception d'un package innovant qui les regroupe sous forme d'itinéraire touristique type. L'itinéraire, tel que nous le concevons, émane d'une vision ensembliste regroupant à la fois, la valorisation des sites et leur mise en scène par le discours surtout à l'échelle multimodale laquelle est désormais la véritable tendance de promotion des territoires, le traitement numérique de l'espace touristique permet de réhabiliter la ville de Tlemcen et de s'en servir pour construire des hyperréalités qui nourrissent son imaginaire touristique.

À cet effet, nous avons parcouru les sites les plus visités situés pratiquement tous dans la médina de Tlemcen à savoir : la citadelle du Méchouar, le complexe de Sidi Boumediene, la mosquée de Sidi El Haloui, le musée des calligraphies de Sidi Belahcen, le site Bab el Karmadine, le minaret d'Agadir et les ruines de Mansourah.

2.1 Présentation des sites

2.1.1 La citadelle du Méchouar

La citadelle du Méchouar est située en pleine médina de Tlemcen où se trouvent également deux autres monuments, la grande mosquée de Tlemcen et le musée des calligraphies de Sidi Belahcen (anciennement une mosquée).

Sur le plan historique, El Mechouar, construit par le premier émir *Abd Al-wādide Yaghmurasān* au milieu du XIIIe siècle, abritait la demeure du souverain et les différents



Figure 29 Minaret de la mosquée d'El Mechouar : Photos Imad Errouane 2022

organes du pouvoir. Il dominait le replat sur lequel s'est développée la ville de Tlemcen – Tagrart depuis les Almoravides ; le site demeurera le centre névralgique des décisions du royaume de Tlemcen (d'où l'appellation arabe المشور [*al-mashuar*] c'est-à-dire *« lieu de conseil »*) (Benouis, Chérid, & Derias, 2022) durant toute la dynastie Abdalwadide du milieu du XIIIe siècle au début du XVIe siècle jusqu'à la prise de la ville par les Ottomans. El Mechouar servira alors de caserne pour la garnison ottomane, l'administration coloniale française en fera de même jusqu'à l'indépendance de l'Algérie en 1962. L'aménagement intérieur de la citadelle s'articulait autour d'un ensemble résidentiel composé de pavillons, jardins et fontaines, une telle organisation de l'espace correspondait parfaitement aux convenances architecturales en matière de construction de bâtiments de villégiature importants dans les espaces islamiques médiévaux depuis *Madinat al-Zahrā'* pour les Omeyyades de Cordoue jusqu'à l'Alhambra de Grenade ou encore les *alcázaba-s* de Malaga ou d'Almeria pour le XIe siècle andalou (Charpentier, Terrasse, Redouane, et al, 2019, p.266). À l'extérieur, la citadelle se caractérise par ses remparts imposants et solides qui témoignent de sa grandeur et prolongent son ancestralité à l'infini. De tout ce qui reste de la majestueuse citadelle, ce sont les remparts et une grande esplanade au bout de laquelle on retrouve les empreintes d'une mosquée achevée par le quatrième roi zianide Abou Moussa 1er vers l'an 1318, dont le minaret a conservé toutes ses proportions.

L'orientaliste Jean Joseph Léandre Bargès auteur d'un ouvrage de référence intitulé : *« Tlemcen ancienne capitale d'un royaume de ce nom »* paru en 1859, qui a séjourné à Tlemcen rapporte dans le chapitre XVI dudit ouvrage que la citadelle du Méchouar était une vaste enceinte de forme rectangulaire qui s'étendait du sud de la ville jusqu'aux remparts et que, en relatant les propos de Yahya Ibn Khaldoun (frère du célèbre savant Abdulrahman Ibn Khaldoun) décrit qu'elle renfermait un palais pouvant rivaliser en terme de magnificence et de splendeur avec les demeures royales de l'Orient les plus renommées :

> « Les rois de Tlemcen, possédaient dans leur citadelle, un palais où l'on remarque des édifices splendides, des pavillons très élevés, des jardins ornés de berceaux de verdure et admirables tant par le goût avec lequel les plantes et les fleurs y sont disposées que par la symétrie et les justes proportions qui règnent dans leur distribution et leur plan, si bien que par sa magnificence et sa beauté, cette demeure royale nuit à la renommée de *Khawarnac*, fait pâlir le *Roçafah* et oublier le *Sédyr* » (Bargès, 1859, Chap XVI et p. 362).

En 2011, lors de la manifestation *« Tlemcen, capitale de la culture islamique »*, le site du mechouar a fait l'objet de travaux de reconstitution de son palais à travers la mobilisation d'importants moyens. Le palais invite aujourd'hui à découvrir ses murs décorés par des épigraphies arabo-musulmanes, son patio orné de zelliges symbole de la culture andalouse ainsi que plusieurs salles dans lesquelles des fragments de vie du royaume de Tlemcen sont reconstitués sous divers thèmes. À l'intérieur de l'enceinte, on trouve également le centre



Figure 30 Patio du Palais El Mechouar photo :
Imad Errouane 2022

d'interprétation du costume traditionnel de Tlemcen qui propose dans ses salles d'exposition d'admirer la variété de costumes traditionnels masculins et féminins symboles de l'identité nationale suivant chaque évènement (tenues traditionnelles, costumes de mariage, habits quotidiens, uniformes de combat etc.

2.1.2 Le musée de Sidi Belahcen

Le musée Sidi Belahcen est situé dans la médina place de l'émir Abdelkader, non loin de la grande mosquée de Tlemcen (*El jâmâa-al-kbîr*) et de la citadelle du Mechouar. Le monument Sidi Belahcen est à l'origine une mosquée des plus magnifiques en termes de construction artistique, elle fut construite en 1296 sous le règne des Abdalwadides par le sultan Abou Saïd Otsman, elle faisait initialement partie d'un ensemble appelé *« la medersa el yâ'kûbia »*, laquelle comprenait, en plus de la mosquée, un mausolée, une Zaouia (confrérie) et une medersa (école coranique). Aujourd'hui ne subsistent que la mosquée et le mausolée. Elle devait servir au départ comme oratoire au sultan et aux grandes personnalités de la Cour, si l'on juge du travail de finesse artistique réalisé sur ses murs, son toit et son minaret (Bel, 1909, p. 37 ; Benouis, Chérid, et Derias, 2022).

Surnommée *« la matrice des Zianides »* selon les propos de l'historien Sidi Daoudi repris par le journaliste spécialiste de l'art Mohamed Medjahdi (cf. Medjahdi, 2013, p. 119), la mosquée vue de l'extérieur a une allure modeste ; son minaret quadrangulaire fait en briques est peu élevé (14 mètres), il est décoré sur ses quatre faces de panneaux rectangulaires, de réseaux losangiques de brique ornées de mosaïques de faïences, il est surmonté d'un lanternon décoré de zelliges. Son revêtement de colonnettes à chapiteaux recouverts de céramique témoigne de l'attention et du raffinement apportés à la finition. La porte d'entrée donne accès à la salle de prière comme pièce principale décorée avec des colonnes en onyx, arcs en fer et plâtres sculptés, elle présente trois nefs perpendiculaires au mur de la qibla orientés nord-sud ; le *mihrab*, se trouvant à l'extrémité sud et creusé au fond de la nef centrale est finement décoré suivant les conventions architecturales des contrées islamiques du grand Maghreb. Les plafonds ouvragés sont conçus en bois de cèdre entrelacés et supportant des toits de tuile à



Figure 31 Expositions d'habits traditionnels, centre d'interprétation du costume traditionnel de Tlemcen

quatre pentes ce qui reflète un travail caractéristique des artisans andalous dont la remarquable synthèse des arts a fait jaillir un *« travail attique »* unissant l'Orient et l'Occident, mêlant opulence des remplissages et des motifs à l'harmonie des proportions (Benouis, Chérid, et Derias, 2022).

Le musée réputé *« musée national de calligraphies islamiques de Tlemcen »* invite à découvrir ses galleries dans lesquelles sont exposés des manuscrits de savants ayant fait halte ou séjourné à



Figure 32 Musée national de calligraphie islamique de Tlemcen : Photos Imad Errouane 2022

Tlemcen sous toutes les dynasties, ils sont jalousement conservés et interdits au toucher. En plus, il renferme des collections archéologiques (inscriptions arabes lapidaires, dalles, médailles, débris artistiques, renvoyant aux anciennes dynasties et à l'époque romaine.

2.1.3 Le complexe de Sidi Boumediène

Le monument datant de 1300 a été bâti en mémoire du savant mystique Sidi Boumediène dans la région d'El Eubbâd à une époque où Tlemcen était sous la domination des Mérinides. La consonnance religieuse du quartier *« El Eubbâd »* (venant de Ribâṭ el-Eubbâd *« le couvent des dévots »* (cf. Bel, 1909, p. 84)) témoigne de la pertinence d'un lieu de sainteté. Sidi Boumediene (ou Sidi Abou Médien) était un savant mystique né à Séville en 1126, qui a effectué plusieurs périples notamment à Fez, la Mecque, Baghdad et Bougie et pris part aux côtés de Salâh Ad-Dîn Al-Ayyûbî à la bataille de Hattin dans laquelle il aurait perdu un bras ; il s'établit peu avant sa mort à Tlemcen où il mourra en 1197. Ce magnifique complexe se dresse au sommet d'une colline et abrite le tombeau du Sidi Boumediene, un palais et ses vestiges, une koubba, une

mosquée et une medersa. Il constitue un lieu incontournable pour toute visite à Tlemcen (Oakes, 2008, p. 146).

Nous n'avons pas trouvé de meilleures descriptions techniques des lieux que celles fournies par Alfred Bel, ancien directeur de la medersa de Tlemcen entre 1905 et 1930. Ainsi, nous avons résumé les descriptions essentielles des bâtiments composant le complexe de la manière suivante :



Figure 33 Entrée de la Koubba de Sidi Boumediene

La salle où se trouve le mausolée de Sidi Boumediene est accessible par une porte relativement étroite, en arc brisé, encadrée de faïences artistiques de restauration moderne, surmontée d'un auvent supporté par deux colonnettes en bois peint avec chapiteaux corinthiens (voir. Bel, 1909, p. 84) (figure 33).

La qoubba où repose le savant est calme dans une atmosphère de pénombre gardée par un musulman instruit que l'on nomme سيد المعصوم « *Sid-El ma'sûm* » qui est la plupart du temps disponible lors des visites pour informer les touristes sur les lieux et sur la vie de Sidi Boumediene. Elle est régulièrement fréquentée par des fidèles qui viennent prier et réciter




Figure 34 Cour intérieure composant l'une des



Figure 35 Puits sacré : photo Imad Errouane 2022.

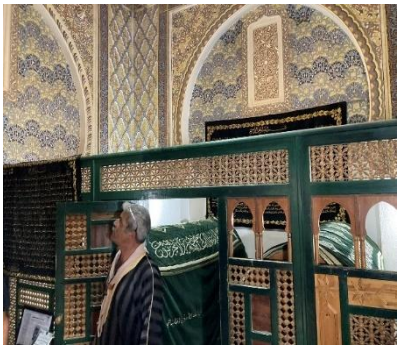




Figure 36 Pièce abritant le Tombeau de Sidi Boumediene : Photos imad Errouane 2022

Coran. Elle se compose de deux pièces : une cour carrée couverte et de quatre colonnes en onyx avec leurs chapiteaux supportant des arcades en fer à cheval (figure 34).

À l'angle de l'escalier se trouve le puits sacré (figure 35) dont la margelle en onyx et d'une blancheur neigeuse semble usée. Dans l'autre pièce se trouve une chambre sépulcrale accessible par une porte faisant rappeler le style de conception turque.

Le plafond est composé d'une coupole merveilleusement décorée avec des arabesques de plâtre, la pièce est éclairée par des vitraux de couleurs. Perpendiculairement au mur situé en face de la porte de la qoubba et séparés par un étroit couloir, s'élèvent deux cénotaphes, recouverts d'étoffes de soie. Celui de droite abrite le tombeau de Sidi Bou Mediène et celui de gauche le tombeau de Sidi Abdesselam et-Tounsi. Les abords de ces tombeaux sacrés sont enluminés par des écritures musulmanes (figure 36) (voir, Bel, 1909, pp. 84-85).



Figure 37 Cour séparant la mosquée du Tombeau de Sidi Boumediene



Figure 38 Description de la mosquée Sidi Boumediene : Photos Imad Errouane 2022.

La mosquée Sidi Boumediene se situe à un niveau supérieur par rapport à sa tombe, une cour étroite les sépare (figure 37). La mosquée est remarquablement construite, son portail, un des plus luxueux de la ville de Tlemcen, donnant accès à la cour intérieure *(sahn)* est fabriqué en fer à cheval et garni d'arabesques en briques vernissées ; il est supporté par deux pieds droits de même décor et encadré dans un vaste rectangle tapissé de mosaïques (Benouis, Chérid, & Derias, 2022).

On accède à la cour intérieure de la mosquée (figure 38) par une porte à deux battants en bois de cèdre plaqué avec des lames de bronze formant des dessins géométriques. La cour intérieure est de 10 à 11 mètres de côté, entourée de trois côtés de portiques à une seule nef : le 4° côté (sud) est occupé par la salle de prière (19ª × 15m) formée de cinq nefs. L'intérieur de la mosquée est d'une sobriété artistique sans égale comme l'illustre la coupole à stalactite aux effets décoratifs ingénieux ainsi que des arabesques en plâtre et des inscriptions arabes couvrant les faces intérieures du porche monumental. Au fond, en face de la porte d'entrée, le Mihrab en stalactites est orienté sud-sud-est, son le portail est formé en arc en fer à cheval et supporté par deux colonnes de marbre onyx, à chapiteaux plutôt fins, gravés d'inscriptions en caractères andalous portant le nom d'Abou-Lhassen, souverain mérinide. À côté du Mihrab se trouvent deux portes dont l'une est réservée pour faire entrer et sortir le minbar, tandis que l'autre est pour la sacristie (cf. Medjahdi, 2013, p. 77-78 ; Bell, 1909, pp. 86-88).



Figure 39 Minaret de la mosquée Sidi Boumediene : Photos Imad Errouane 2022

En quittant la cour intérieure de la mosquée, des escaliers donnent accès au minaret par lequel on peut avoir une vue splendide de Tlemcen et à ses pieds se trouvent les maisons d'El Eubbâd (figure 39).

La medersa culmine le complexe (figure 40). L'édifice représente pour l'Algérie le dernier spécimen des écoles coraniques du Moyen-Âge, un escalier de quinze marches permet d'y accéder qui donne également à un beau paysage. Le portail de la medersa est analogue aux autres monuments du même type à Tlemcen, il se compose d'un arc en fer à cheval, encadré dans un premier rectangle à deux écoinçons décorés de mosaïques, placé dans un second, formé de bandes de mosaïques à losanges festonnés (voir. Bel, 1909, p. 88).



Figure 40 Bâtiment de la medersa du complexe de Sidi Boumediene (Photos Imad Errouane 2022)



Figure 41 Expositions à la Medersa : photos Imad Errouane 2022



Figure 42 La Medersa de Sidi Boumediene : Photos Imad Errouane 2022

La medersa servait autrefois à l'apprentissage du Coran et des sciences dont notamment les sciences islamiques, les sciences sociales, la philosophie, selon la guide qui nous accompagnait lors de notre visite du complexe, le savant Ibn Khaldoun lors de son passage à Tlemcen y dispensa quelques enseignements. La cour intérieure, dont le sol est tapissé en faïences aux multiples couleurs, est bordée de cellules réservées jadis à l'enseignement. Le bâtiment principal de la medersa qui se caractérise par une magnifique décoration de plâtre digne des grands artisans de l'Alhambra (figure 40), servait à la fois comme salle de repos, de recueillement et de cours. Il est carré, éclairé par six fenêtres hautes et couvert d'une grande coupole de bois visible de l'extérieur par le toit de tuiles vertes. Au fond, un mihrab y est creusé. Il sert aujourd'hui de salle d'exposition des diverses activités des organismes conservateurs des monuments et sites historiques de Tlemcen (figure 41).

Enfin, le palais en contre-bas de la mosquée et du mausolée dont il ne reste que des ruines, se situe le long de la colline il demeure remarquable dans ses dimensions. L'ensemble de ces

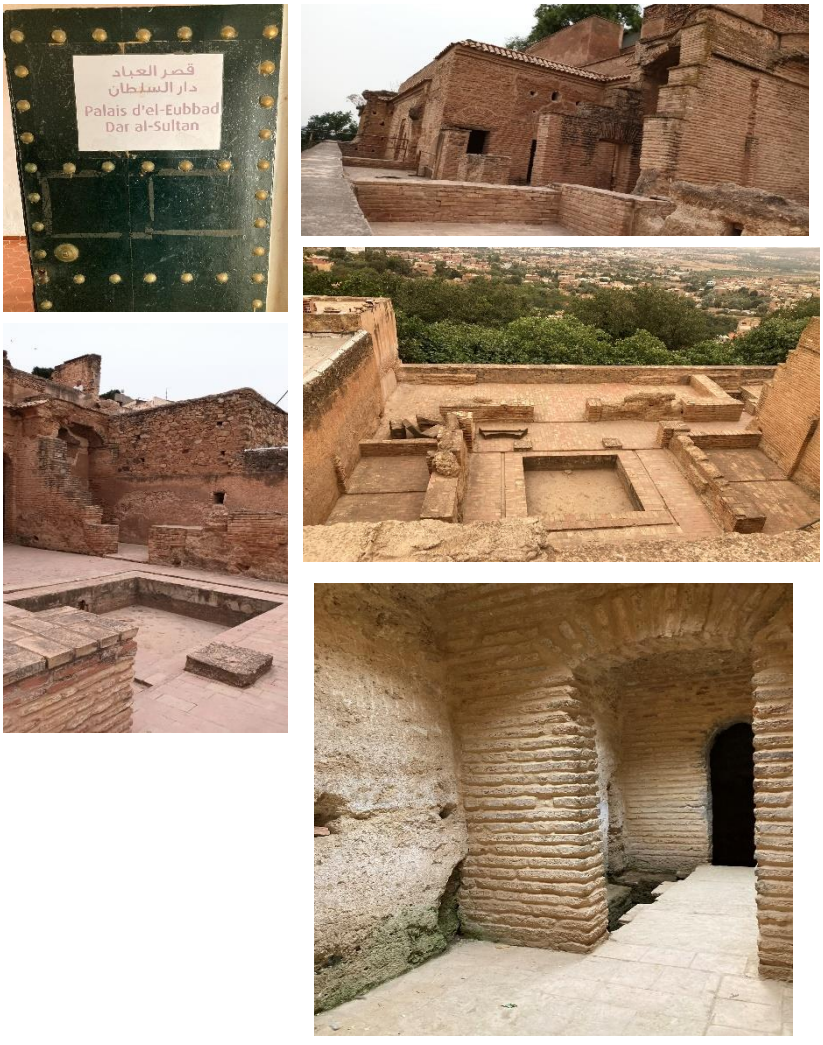


Figure 43 Ruines du palais Dâr-al-sultan : Photos Imad Errouane 2022

ruines se compose de bassins, d'une salle d'ablution, d'un bain maure et d'un cabinet, cet ensemble aurait servi jadis de « *dâr-al-soltan* » (demeure du sultan) (figures 43), ses pièces sont fraîches, il donne accès à un petit jardin qu'on peut choisir comme endroit parfait pour s'asseoir et contempler la beauté du complexe. Enfin, une petite promenade dans le périmètre de la mosquée permet de contempler la koubba qui surplombe un espace campagnard et une zone extérieure du complexe à la vue pittoresque avec des petites maisons aux murs blancs qui semblent accrochées aux flancs des collines dominant la ruelle principale menant au quartier El Eubbad et par laquelle on bifurque au complexe par des marches raides (Jonathan Oakes, 2008 et p.146 ; Barbet, 1907, chap. XV, §1).

2.1.4 La mosquée Sidi El Haloui

Sidi El Halwi fait d'abord référence à tout un village hadar *(autochtones arabes)* situé au nord de Tlemcen. Selon les historiens et les récits populaires, le nom de Sidi El Haloui ou « *Sid El haloui* » a été attribué à un savant andalou qui a débarqué à Tlemcen pour exercer la fonction d'un Cadi, chose qui lui était apparemment impossible dans la péninsule ibérique. Il aurait gagné la sympathie des gens particulièrement celle des enfants parce qu'il était d'une générosité et bonté extrêmes ; il leur donnait régulièrement des *« Haloua »* (bonbons) et c'est selon cette anecdote qu'on le nomma Sidi El Haloui.



Figure 44 Panneau mural résumant la biographie de Sidi El Haloui : Photo Imad Errouane 2022

Le guide Joanne dans sa version de 1916 apporte plus de précisions à propos de la personnalité de ce savant : *« de son vrai nom Abou-Abd-Allah-ech-Choudi, qui avait été cadi de Séville, et qui, retiré à Tlemcen, y avait été surnommé par les enfants « Haloui » parce qu'il vendait sur la place publique des bonbons et des pâtes sucrées, « halaouat ». Il mourut en 1337 »* (Monmarché, 1916, p. 116). Il y aurait énormément de spéculations autour de sa mort ; si certains auteurs musulmans ont rapporté qu'il serait mort dans une grotte où il s'était retiré pour y vivre comme ermite, une

légende populaire largement répandue fait état d'une mort tragique. Il aurait été assassiné par le sultan de son époque sur des déclarations mensongères de l'un des ministres jaloux des faveurs dont l'homme jouissait de la part du monarque. Celui-ci s'étant rendu compte plus tard de son erreur fit exécuter le ministre responsable de la mort du saint homme et fit enterrer ce qui restait de son cadavre dans un mausolée près de la mosquée baptisée en sa mémoire *« Jâmâa' Sidi El Haloui »* (voir. Bel, 1909, pp. 65-66).

La mosquée a été construite quatorze ans après celle de Sidi Boumediene sur une pente assez forte, s'encastrant dans une tranchée creusée de main d'homme (W. Marçais et G. Marçais, 1902, chap, IX). Vue de l'extérieur, la mosquée est blanche entourée d'un massif de verdure (Monmarché, 1916, p. 116) (voir figure 45) Son minaret mesurant 25 mètres de hauteur est très bien décoré et a de belles proportions, il se compose de deux parties, la tour et le lanternon (Benouis, Chérid, et Derias, 2022 ; Bel, 1909, p. 67).



Figure 45 Vue extérieure de la Mosquée : photos imad Errouane 2022

Le portail d'entrée surmonté d'un auvent est fabriqué en céramique. Il est supporté par treize consoles finement sculptées avec ses mosaïques qui forment des entrelacs et des rosaces aux diverses couleurs (Bel, 1909, p. 67). Sur le bandeau qui surmonte l'arcade de l'entrée, sont inscrites respectivement en caractères arabe coufique le nom du fondateur de la mosquée, le sultan Mérinide Abou-Inan-Farès ainsi que l'année de construction 754/1353 (Monmarché, 1916, p. 116 ; Bel, 1909, p. 67).

La cour intérieure *(sahn)* est similaire à celle de la mosquée de Sidi Boumediene, elle fait 10 x10 mètres de long sur 10 x 60 mètres de large ; elle est bordée de nefs simples. La salle de prière faisant 13^{m},68 sur 17^{m},50 est divisée en cinq nefs et le mihrab, orienté sud-est, se trouve juste en face de la porte principale ; deux grandes portes latérales à droite et à gauche donnent accès à la salle de prière. À gauche et à droite du mihrab se trouvent deux colonnes d'onyx surmontées de chapiteaux dont les inscriptions indiquent que la mosquée a été bâtie en



Figure 46 Colonne on onyx veiné sur lequel est tracé un cadran solaire, photos Imad Errouane 2022

l'honneur de Sidi El Haloui, par ordre de Fàres ; la coupole du mihrab est à stalactites. Les murs de la mosquée sont élégamment revêtus de plâtre et les plafonds fabriqués en bois ouvragé (cf. Bel, 1909, p. 68). L'une des particularités de la mosquée de Sid El Haloui est que sur l'une de ses huit colonnes en fin onyx rosâtres supportant des arcs brisés réparties en rangées dans la salle de prière, on peut admirer une belle inscription en arabe de style coufique représentant un cadran solaire (Figure 46) (Benouis, Chérid, et Derias, 2022 ; W. Marçais & G. Marçais, 1902, p. 288).

La colonne porteuse du cadran solaire contient un petit orifice qui constituait l'emplacement d'une tige permettant de déterminer les horaires de prière selon le déplacement de l'ombre. Mais cet emplacement étrange de la colonne à l'intérieur de la salle des prières prête à confusion. Le gardien de la mosquée, nous explique que premièrement les colonnes en onyx de la mosquée de Sidi El Haloui sont semblables au plus haut point à celles de la mosquée de Sidi Boumèdiene et les deux monuments ont été réalisés en période mérinide, ce qui accentuerait l'hypothèse selon laquelle les colonnes auraient été fabriquées par le même artisan ; la seconde hypothèse, plus plausible stipule que la fabrication de cette colonne en particulier est antérieure à la construction même de la mosquée. En effet, le message en arabe inscrit sur la colonne indique que la date de fabrication est 747 de l'année hijri correspondant à 1347, alors que la mosquée de Sid El Haloui a été construite en 1353/4, soit six ans après. Par conséquent, cette colonne particulière (voire toutes les colonnes du bâtiment) aurait été

rapportée d'un autre endroit. Cette deuxième hypothèse est confortée par de nombreux historiens de l'art islamique (voir Marçais & Marçais, 1902, pp. 290-294 ; Bel, 1909, p. 68).



Figure 47 Minaret d'Agadir. Photo Imad Errouane 2022

2.1.5 Bâb El Karmâdîne

Le site *« Bâb El Karmâdîne »* (porte des tuiliers) était un important édifice fortifié par d'importants ouvrages de défense des tours de bastions en pisé reposant sur d'épaisses murailles en maçonnerie (cf. Bel, 1909, p. 63). Il fut nommé ainsi en référence à un atelier de poterie très proche (cf. Monmarché, 1916, p. 115).



Figure 48 Vue extérieure du site Bâb El Kermâdîne

Georges et William Marçais en décrivant de manière minutieuse le site rapportent qu'au temps des Zianides, *Bâb El Karmâdîne* en tant que point d'accès à Tlemcen faisait partie des cinq portes de base destinées à la sécurisation de la ville à savoir : *« Bâb Kechchout »*, *« Bâb El Jîad »*, *« Bâb El 'aqba »* et *« Bâb El Halwi »*, *« Bâb Wahran »* (porte d'Oran), *« Bâb El Khemis »*, le site présente une architecture d'un autre type contrairement aux autres monuments composés essentiellement de mosquée, de mausolées, ou des ruines de palais, ses vestiges se composent d'un pan de mur de hauteur de $12^{m},50$, des tours carrées de 6 mètres chacune, deux autres tours en arrière symétriques supportant des murs et un corps central. « *Bâb El Karmâdîne »* devait constituer pour l'époque un ensemble de fortifications très sérieuses autant pour

protéger la ville contre un coup de force que pour faciliter une sortie des assiégés (Cf. W. Marçais & G. Marçais, 1902, p.125).

Aujourd'hui, il est curieusement interdit d'accès ni animé par des activités culturelles. Ne bénéficiant pas vraiment de projets de réhabilitation et de revitalisation de son image à l'échelle communicationnelle surtout pour sa valeur historique, il semble moins fréquenté (voire délaissé) par rapport à d'autre sites.

2.1.6 Le minaret d'Agadir

Agadir est une appellation berbère qui signifie soit *« remparts » ou « forteresse »* selon la version de Marcel Monmarché (directeur des guides touristiques Joanne), soit *« rocher abrupt »* par référence à *« Igoudar »* pluriel d'Agadir selon la version d'Alfred Bel. Elle représente l'ancienne ville de Tlemcen, son berceau (cf. Monmarché, 1916, pp. 110-116 ; Bel, 1902, p.10).

Elle a été construite sur les décombres de Pomaria, en romain *« les vergers »* (cf. Tahar, 2018, p. 140), la ville antique romaine, sur un plateau au nord-est. Lorsque la localité fut prise par les Idrissides sous le règne d'Idris Ier, celui-ci ordonna la construction d'une mosquée vers 789-790 qu'il nommera الجامع العتيق « *al-Jâmi'u-al- 'atîq »* (vieille mosquée) (figure 48) sur laquelle il fit graver les mots suivants : *« Au nom de Dieu, le clément, le miséricordieux, cette mosquée a été élevée par les ordres de l'imam Idris-ben-Abdallah-ben-Hosaïn ».* Cette mosquée est celle parmi tous les monuments de Tlemcen dont la première édification remonte le plus loin dans le passé, Idrîs II l'a ensuite restaurée vers 814-816. Elle demeura sans minaret jusqu'au temps Yaghumrâcen Ibn Ziane fondateur des Zianides, qui l'élèvera vers le XIIIe siècle (cf. Tahar,

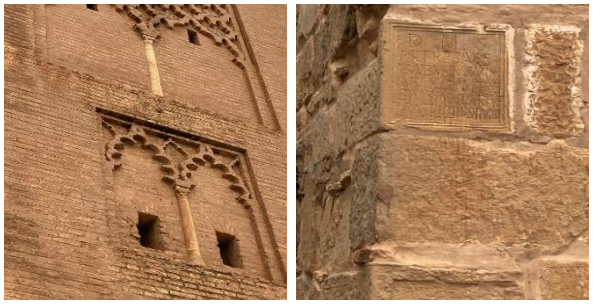


Figure 49 Inscriptions romaines sur le minaret d'Agadir orné d'arabesques et de colonnes en onyx. Photos Imad Errouane 2022

2018, p.144, Bel, 1909, p.95).

Agadir devint bien solide dès la construction de la mosquée, mais dans les périodes qui suivent, elle sera prise par les almoravides sous Youssouf Ibn Tachfîn qui construira vers l'ouest une nouvelle ville nommée *« Tagrârt »,* puis avec la venue des almohades, ces derniers

édifièrent des remparts et unifièrent Agadir et Tagrârt dans une seule enceinte ; si Agadir a été laissé au peuple, Tagrârt devint l'épicentre du règne almohade (W. Marçais & G. Marçais, 1902, pp. 10-16).

Au fil de l'histoire, le tissu urbain de Tlemcen et de sa médina a subi d'importantes modifications depuis la chute des Idrissides jusqu'aux périodes turque et française ; le transfert de la capitale de Tlemcen avec la succession de dynasties (Agadir pour les Idrissides, Tâgrârt pour les almohades, Tlemcen pour les Zianides et Mansourah pour les mérinides) a fait qu'Agadir soit complètement abandonnée. Il ne reste de cette ville que le minaret de sa mosquée *al-Jâmi'u-al-' atîq*. William et Georges Marçais commentent l'état d'abandon d'Agadir, la disparition de sa mosquée et l'aspect du minaret comme suit :

> La Jâmi El-Atiq suivit le sort d'Agâdir. Elle cessa d'être fréquentée au fur et à mesure que le vieux quartier qui l'entourait était déserté. À l'entrée des troupes françaises à Tlemcen, la Jâmi El-Atiq ne présentait plus qu'un amas de décombres qu'on fit disparaître […] Le minaret seul subsiste encore Ce minaret de conception classique de plan et de composition, et de proportions très élégantes, était très probablement revêtu en entier d'un enduit à la chaux (Marçais & Marçais, 1902, pp. 137-138).

On peut lire sur les murs du minaret qui contiennent des blocs de grès utilisés dans la construction de l'édifice des inscriptions romaines que les artisans musulmans ont sûrement trouvées dans les vestiges restants et éparpillés de Pomaria, l'ancienne ville tlemcénienne romaine (cf. Bel, 1909, p. 95) (figure 49). Le minaret est d'une trentaine de mètres de hauteur et d'environ 5^{m},60 de largeur, sa base construite en pierre de taille mesurant environ 6 mètres. Charles Barbet dans ses promenades à Tlemcen au début XXe siècle enrichit son contenu descriptif de la manière suivante :

> Après avoir dépassé quelques jolies villas tapies dans le feuillage, j'arrive bientôt en pleine campagne, au centre de l'antique Pomaria des Romains, dont les ruines millénaires, éparses de ci de là démontrent, d'une façon évidente, qu'il y eut là, jadis, un oppidum romain enserrant une cité florissante dédiée sans doute à la déesse Pomone, en raison de la beauté et de la luxuriance des fruits qu'on y récoltait. Au bord d'une sente, parmi les terres blondes, fraîchement labourées, où pointent les éteules d'or jaune, fusé fièrement vers le ciel un superbe minaret bâti en briques incrustées de mosaïques polychromes et dont la base formée d'énormes monolithes rectangulaires, striées d'inscriptions latines, fut construite par les Arabes, à l'aide de pierres provenant de la Pomaria romaine. C'est le minaret de la mosquée d'Agadir, qui avec Tâgrârt, à l'Ouest, remplaça la cité romaine et subsista jusqu'au XIII'' siècle, époque à laquelle ces deux villes se confondirent en une seule qui fut dénommée Tlemcen. Les vestiges de l'antique mosquée ont à jamais disparu. Seul, le suggestif minaret marqueté de faïence et orné, au sommet, de mignonnes colonnes d'onyx, atteste encore la splendeur de ce temple mauresque (Barbet, 1907, chap XII et p. 72).

2.1.7 Mansourah



Figure 50 Site de Mansourah. Source (dz-Tlemcen.com 2023)



Figure 51 Remparts de Mansourah. Source : (thecasbahpost.com 2023)

L'enceinte d'« *al-mansûrah* » المنصورة (qui signifie la victorieuse) est une ville construite durant la période des deux sièges de Tlemcen par les Mérinides. Cette ville a connu prospérité et développement économique, militaire et culturel grâce respectivement à son premier fondateur en 1302 le sultan *« Abou Yâkoub »*, puis « *Aboul Hassen »* dit le sultan noir dès 1335. La ville s'étendait sur un vaste espace aux alentours du la commune actuelle de Mansourah aux environs du chef-lieu de la wilaya de Tlemcen (région administrative) ses ruines y sont visibles.

Il ne reste de cette ville qu'un imposant minaret symbole de la ville de Tlemcen moderne, de son identité et de son espace culturel (figure 50), La superficie de la ville était de 100 ha fortifié par des remparts en pisé d'une épaisseur d'1^{m},50 et de 12 mètres de hauteur qui courent le long de 4000 mètres (figure).

À l'intérieur de l'enceinte, la mosquée complètement disparue aujourd'hui faisait 100 mètres sur 60 comprenant une salle de prières avec 13 nefs de 9 travées, quelques colonnes en onyx furent récupérées durant la période coloniale et acheminées pour la conservation à Alger ; l'enceinte renferme également le palais du sultan en ruines. Le minaret d'une quarantaine de mètres (voire quarante-cinq mètres dans l'hypothèse d'un état complet) repose sur l'axe du mihrab ; il est percé d'une porte en arcade donnant l'accès principal à la mosquée, malgré sa



Figure 52 Vue de Mansourah, coté Est. Source : (leguidetouristique.com 2023)



Figure 53 Porte du minaret de Mansourah. Source : (leguidetouristique 2023)



Figure 54 Bab El Khemis ancienne porte d'accès à Mansourah. Source : cnra.dz 2023 (Centre National de Recherche en Archéologie).

stature rongée par le temps et la force de la nature, quelques empreintes de décoration mosaïque en carreaux vernissés subsistent (cf. Monmarché, 1916, pp. 121-124).

Le minaret, selon Bargès, est une magnifique œuvre d'art architecturale faisant coïncider le style d'arc plein cintre et l'ogive. Dans chacun de ses étages on trouve des colonnettes, les intervalles entre les étages sont décorés d'arabesques et de guirlandes de découpure de haut en bas (cf. Bargès, 1859, p. 251).

Charles Barbet décrit que l'accès à Mansourah se faisait par *« Bâb el Khemîs »* (figure 54), une porte monumentale semblable à un arc de triomphe bâti en briques rougeâtres, qui aurait subsisté comme ultime débris de muraille épaisse d'enceinte qui protégea jadis la capitale du Maghreb à l'époque du premier siège de Tlemcen par les mérinides en 1298. Une fois construite, Mansourah aurait abrité des thermes, des palais, des jardins, des caravansérails, un hôpital et une mosquée dont le haut minaret incrusté de mosaïques scintillant au soleil se dresse majestueusement vers le ciel (cf. Barbet, 1907, pp. 57-58).

Georges et William Marçais dans leur ouvrage *« les monuments arabes de Tlemcen »* consacrèrent de longues pages sur le développement de Mansourah, ils rapportent que durant la période du premier siège, le sultan Mérinide Abou Yâkoub, en aménageant de manière improvisée son nouveau territoire défendu par des murailles, avec la construction d'une demeure royale, des bâtiments pour son armée et les fonctionnaires royaux l'appela المحلة *[al-mahalla] « le camp victorieux »*. La ville était fortifiée au fur et à mesure avec d'autres bâtiments et dépendances jusqu'à ce qu'elle devienne *« Tlemcen-la-neuve »,* une ville admirable selon les récits d'Ibn Khaldoun tant par l'étendue et sa nombreuse population que par l'activité de son commerce ; elle renfermait des bains, des caravansérails, ainsi que la mosquée avec son minaret d'une hauteur extraordinaire. En devenant une ville prospère au même rang que d'autres capitales maghrébines, elle attirait des marchands et des négociants de toutes les contrées ; c'est dans ces circonstances de progrès qu'elle devint officiellement Mansourah (cf. G. Marçais & W. Marçais, 1902, pp. 193-198).

Le premier siège de Tlemcen ayant pris fin suite à l'assassinat du sultan Abou Yâkoub par l'un de ses esclaves, un armistice fut conclu entre les Béni Ziane (dynastie des Zianides) et le successeur au trône du royaume mérinide *« Abou Tsâbit Omar »* petit-fils du sultan Abou Yâkoub qui s'empressait de rallier Fez épicentre du royaume Mérinide avec Marrakech.

Cependant, trente ans plus tard, un autre petit-fils dudit Sultan, du nom de Aboul Hassan, dit le sultan noir viendra assiéger à nouveau Tlemcen. Il redonna à Mansourah (détruite par les Zianides après le premier siège), après l'avoir fortifiée, il y resta jusqu'à 1348 où il y construira durant ce temps une véritable Casbah avec des cours d'eau, des jardins, un palais avec ses dépendances, il contribuera à la création d'un village dont il ne subsiste aujourd'hui que des ruines. Mansourah sera définitivement démolie après la fin du deuxième siège lorsque les Zianides reconstituèrent à nouveau leur force ; la cause de la destruction est due au fait que ville rivale à Tlemcen a perpétué le souvenir d'abaissement de leur dynastie (ibid., p. 200).
Aujourd'hui, Mansourah, en ruines, raconte l'histoire d'une ancienne gloire remplie



Figure 55 Vue sur le Minaret côté nord.
Source (thecasbahpost.com 2023)

d'anecdotes, de guerre et de culture ancestrale et d'un paysage continuellement transformé. Ces ruines demeurent des témoins éloquents, dignes de foi, irrécusables, et le minaret à la face briqueuse se dresse majestueusement vers le ciel, sa beauté se joint à celle du ciel bleu azur, sa silhouette svelte mais robuste défie encore la nature et atteste la splendeur d'une cité à jamais disparue (cf. Medjahdi, 2022, pp. 10-11).

2.2 Lecture critique

Il convient de signaler au départ que la ville de Tlemcen présente un tissu urbain hybride de type arabo-colonial (cf. Tahar, 2018, pp. 139-155).

Nous pouvons constater cette hybridité à travers une simple promenade au centre-ville qui nous fait voyager dans le temps dans un rythme séquentiel irrégulier mêlant des corps de bâtiments aux origines médiévales et coloniales ; les sites relevant du patrimoine arabo-

musulman visibles et non visibles, en bon et mauvais état, nous replongent dans les dynasties diverses qui se sont succédé pour gouverner cette ville historique.

Aussi, les sites exposés plus haut ne dressent-ils pas de manière exhaustive tout le panorama des monuments historiques de Tlemcen. En effet, nous pouvions rajouter d'autres points à cet itinéraire étant donné que la ville possède un riche patrimoine culturel, on y trouve des quartiers mythiques comme la *« Kissaria »,* le noyau commercial ancestral au centre-ville, des ruelles et impasses pleines de fragments d'histoire et d'anecdotes tels que *« derb Messoufa », « derb sensla », « derb Sid-El-Yeddoun », « derb dar el Cadi », « derb el Korran Sghir », « derb Sid El Djebar », « derb dâr diaf », « derb Jâmâa Echorfa », « derb el Hlawa », « derb el Hadjamine », « derb n'ija », «derb lihoud »* (quartier des juifs) semblables tous dans leurs dimensions spatiales, culturelles et sociales à celles de Fez et de Grenade l'andalouse.

D'autres sites historiques comme les bains au style mauresque dont notamment *« Hamam Es-Sebaghin* » (bain des teinturiers) l'un des plus anciens d'Afrique du Nord qui remonterait au XIème siècle bien incrusté dans le tissu urbain au milieu du *« derb Essebaghin »*, complète la magnifique mosaïque de la diversité culturelle de Tlemcen. (Benouis, Chérid, & Derias, 2022).

Mais le fait d'intégrer toute la diversité de bâtiments historiques à notre itinéraire aurait constitué une étude de pratique de l'espace à une échelle plus complexe, ce qui aurait rendu notre travail plus fastidieux d'autant plus que notre but derrière le choix « sélectif » des sites historiques les plus représentatifs de Tlemcen et de la richesse de son patrimoine est d'imaginer un modèle d'itinéraire de base faisant parcourir des sites qui permettent de découvrir grosso modo toute la ville de Tlemcen à la base duquel on peut développer notre hypothèse de construction des hyperréalités par mise en scène du patrimoine. Nous avons concentré notre compte rendu d'enquête autour de trois anomalies principales :

1. Des anomalies relatives à l'aménagement de l'espace.
2. Des anomalies communicationnelles.
3. Des anomalies de touristification par le numérique.

2.2.1 Les anomalies relatives à l'aménagement de l'espace :

Parmi les premières anomalies que nous avons relevées dans notre étude il y a la mauvaise qualité de l'aménagement de l'espace aussi bien interne qu'externe de ces sites. Le Musée de calligraphies de Sidi Belahcen, la citadelle du Méchouar étant situés en plein cœur de la ville sont exposés de manière ininterrompue aux pollutions aussi bien atmosphérique que sonore. Le fait que le centre-ville ait été surchargé par les constructions depuis des décennies n'a pas

permis aux décideurs d'appliquer sur les alentours des bâtiments historiques les mesures



Figure 56 Fuites de canalisations au complexe Sidi Boumediene. Photos Imad Errouane 2022

règlementaires en vigueur de protection laquelle demeure à ce jour une problématique.

La protection et la valorisation du patrimoine comme ressource de départ dans une ville comme Tlemcen où le cachet historique frappe d'emblée le visiteur laissent à désirer ; les nombreux monuments classés sont noyés au milieu de zones d'habitat avec à peine 200 mètres de distance autour de chacun d'eux, c'est en effet, toute la ville qui est concernée par les mesures réglementaires de protection. De plus, à l'échelle administrative rien n'a été prévu depuis longtemps pour envisager une réelle politique de protection du patrimoine matériel (cf. El Hassar, 2011).

Dans le même ordre d'idées, Jonathan Oakes (cf. Oakes, 2008, p. 144) a regretté durant sa visite de la citadelle du Méchoir le jet de détritus, de bouteilles en plastique et quelques incivilités aux alentours de ses remparts à cause de la proximité du site des cafés et restaurants, ce qui entache la réputation d'un site touristique précieux.

Les anomalies de protection de l'espace touristique ont également été constatées respectivement dans le complexe de Sidi Boumediene, aux alentours de la mosquée de Sid El Haloui et du Minaret d'Agadir. Au niveau du complexe Sidi Boumediene, des fuites de canalisations semblent couler depuis un certain temps et de manière constante sur les murs de soubassement entourant la mosquée, la medersa et leurs dépendances, cette fuite semble avoir entraîné une poussée de mauvaises herbes en l'absence d'intervention du service aménageur ce qui donne une affreuse image du site qui contraste avec sa valeur culturelle (figure 56).

En bas du complexe, au niveau des ruines de l'ancien palais *« dâr-soltan »* quelques pièces restées intactes notamment les latrines et le bain maure semblent avoir subi des actes de vandalisme (écritures sur les parois, bouteilles en plastique jetées par terre, eau usée non évacuée), des actes inadmissibles par rapport à un site touristique d'une valeur inestimable (figure 57).





Figure 58 Dégradations au niveau des latrines de l'ancien palais de Sidi Boumediene



Figure 57 Espace vert dégradé aux alentours de la Mosquée Sid El Haloui. Photos Imad Errouane 2022.

On remarque également que le grand espace vert entourant la mosquée Sid El Haloui n'est ni aménagé ni entretenu, un amas de détritus est repéré non loin du site qui est utilisé pourtant encore comme lieu de culte (figure 58).





Figure 59 État dégradé de l'espace entourant le minaret d'Agadir. Photos Imad Errouane 2022

Le minaret d'Agadir, malgré l'importance de son histoire en tant que seul témoin de la première capitale d'une région qui allait devenir plus tard Tlemcen et en tant qu'édifice supérieur de la plus ancienne mosquée de la ville (aujourd'hui disparue) semble complètement à l'abandon et emprisonné dans des grilles en fer forgé rouillé, un panneau devant informer les

visiteurs sur le site y est jeté par-dessus-bord à côté d'un ensemble de matériel de construction éparpillé aux alentours de sa fondation (figure 59).

À une échelle plus globale, nous pouvons dire que l'entretien de l'espace touristique brut devant servir, au sens figuré, de vestibule aux monuments historiques de Tlemcen, n'est pas réellement soumis à une réelle politique de sauvegarde. Après avoir échangé avec quelques employés dans les différents sites pendant notre enquête, la plupart pointent du doigt le faible budget alloué à la direction du tourisme de plus en plus rétréci ces dernières années depuis au moins 2014 qui ne couvre des dépenses que pour des animations modestes et des petits projets pour les fêtes nationales et religieuses. Les contraintes de prise en charge de ces sites sont d'une part dues aux carences administratives (manque de coordination et de coopération entre les acteurs du tourisme qui se traduit par une vision réduite du développement de ces monuments) et d'autre part à la budgétisation maigre et centralisée, le budget de fonctionnement ne suffit pas à l'entretien quotidien du parc patrimonial de Tlemcen. La vision réduite du développement du territoire et les carences de marketing traitant de la diffusion de l'image de marque des sites et des monuments se répercutent sur la planification des circuits touristiques innovants (cf. Necissa & Chabbi Chemrouk, 2020, p. 124).

Depuis le recouvrement de l'indépendance, la prise en charge du patrimoine était assez frileuse laquelle s'est traduite par un ralentissement dans la prospection et dans le classement des sites et des monuments comparativement à l'époque coloniale où il y avait beaucoup de dynamisme. Ainsi, entre 1962 et 1998, 83 sites et monuments ont été classés à travers tout le territoire algérien alors que durant les trente années précédant le départ de l'ancienne puissance coloniale, 134 sites étaient classés. Ce ralentissement est dû aux crises politiques et économiques qui ont conduit à un désintérêt manifeste à l'égard du patrimoine (cf. Benkari, 2003, pp. 182-185) ; à cause de ce retard, le patrimoine algérien pourtant riche, est resté longtemps non valorisé et a souffert même d'une situation de non-gestion (cf. Oulebsir, 2004, p. 305).

Pour revenir à Tlemcen, au moment où l'on a recensé en 2021 plus de 61 sites historiques au total dont 15 sites étaient soumis aux procédures de classement, les efforts doivent plutôt être consentis en matière de conservation et valorisation des sites déjà existants (APS, 2021).

La valorisation du patrimoine devrait être intégrée dans un programme de développement territorial en tant que ressource exploitable de départ sur laquelle toute pratique de l'espace est construite, elle peut avoir plusieurs objectifs : économique (génération de revenus), social (amélioration de la qualité de vie), et de gouvernance avec l'interpellation des consciences au

sujet de la valorisation du patrimoine comme source exploitable durable. (Cf. Necissa & Chabbi Chemrouk, 2020, p. 119).

2.2.2 Anomalies relatives à la communication

Sur le plan communication, les divers monuments que nous avons visités accordent peu d'importance à l'affichage en panneaux devant contenir, tableaux ou des informations en plusieurs langues à l'exception du site du Méchouar où l'on affiche un panneau en béton attenant à ses remparts et un autre dont l'esthétique laisse à désirer contenant un bref aperçu historique de la citadelle en arabe et en français (cf. figures 61et 62).

Dans d'autres sites, certains panneaux sur lesquels nous sommes tombés décrivent le lieu uniquement en langue officielle du pays (l'arabe) (cf. supra, figure 32, p.355) ce qui empêche d'avoir des informations de manière instantanée en langue étrangère pour un visiteur international et sans que celui-ci ne se trouve dans la nécessité de solliciter à chaque fois le guide parfois indisponible. Au complexe de Sidi Boumediene, le retard d'ordre technologique



Figure 60 Panneau touristique sur le site d'El Méchouar


Figure 61 Panneau touristique de la citadelle du Méchoir

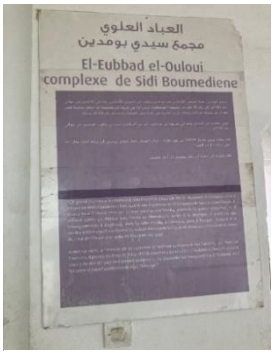


Figure 62 Panneau touristique introduisant la vie de Sidi Boumediene à Tlemcen

accusé en matière d'affichage en de panneaux de qualité (ou des écrans tactiles) donne lieu à des méthodes rudimentaires d'affichage (figure 60) ; les défaillances communicationnelles empêchent de vivre une expérience touristique adéquate, de se sentir concerné par l'attrait de l'espace touristique visité.

L'affichage avec l'utilisation des technologies de pointe, devraient reconstituer l'espace visité en miniature notamment avec des photographies, des couleurs, des légendes, des plans-itinéraires, des symboles et des informations et des traductions. Cet ensemble sémiotique enclenche de la narration touristique qui permet au visiteur de s'approprier le monument visité. C'est à ce moment précis que se déroule la phase d'entrée dans un monde animé compris dans le système d'action touristique décrit par Marc Laplante (cf. *supra*, p.306) ; la visite présentielle

(parce qu'il existe désormais la visite virtuelle), constitue le point de rencontre entre les impressions d'avant-voyage dégagées « *notamment par la visite virtuelle* » et la reconnaissance effective du lieu. Cette sorte de confrontation d'impressions est décisive dans la mesure où le visiteur jugera de la qualité de l'offre touristique. Suivant l'explication de Dean MacCannell et son concept de *« la sacralisation de l'espace visité »*, les touristes durant leurs séjours n'ont pas le temps pour tout voir, tout faire et surtout tout comprendre ; il appartient à l'organisme récepteur de déployer tout son savoir-faire pour que l'espace visité soit plus lisible de manière agréable similaire à celle d'un auteur d'un livre quand il souligne une phrase ou un mot dans son texte, il aide son futur lecteur à retenir ce qu'il considère comme important (voir. Laplante, 1996, p. 155).

L'anthropologue américain estime qu'un lieu touristique, que ce soit une plage, un monument historique, un musée, une œuvre architecturale etc., est un signe d'attraction touristique qui constitue matière à représentation. À partir de ce point, il devient un marqueur construit avec de l'information diffusée non seulement autour de son périmètre réel « *on-sight marker »* avec des supports physiques (panneaux, tableaux, écrans tactiles etc.) mais aussi à l'extérieur (plateformes de promotions, guides, brochures… qui construisent son imaginaire) *« off-sight marker ».* Il forme avec d'autres signes d'attractions touristiques : quartiers, rues, lieux de commerce ou de consommation gastronomique, un marqueur symbolique *« symbolic marker »* (voir. MacCannell, 1989, pp. 109-111).

Par conséquent, les anomalies de communication altèrent la performance de ces sites. Ils seraient mystérieux, incompréhensibles dépourvus d'harmonie aux yeux des visiteurs qui risquent de ne pas renouveler leurs visites ; ce sont les informations composées de texte et d'images photographiques sur le panneau qui relatent l'histoire de la ville en général et qui révèlent ses vestiges et dirigent la pratique de son espace ; l'accessibilité à l'information touristique avec des moyens appropriés est un gage de professionnalisation et de qualité environnementale. Comme le signale Antoine Moinet, un effort coordonné doit prendre en compte non seulement la signalisation mais aussi la façon dont les informations sont transmises aux touristes (cf. Moinet, 2006, p. 122) Ainsi les panneaux d'affichage, itinéraires directionnels, brochures, dépliants, cartes postales, et guides renforcent l'interprétation de l'espace visité, cette dernière étant déjà enclenchée par l'action touristique. Si la géographie contemporaine et notamment, la géographie sociale considère que l'espace devrait être envisagé comme un véritable langage et une production discursive (Bulot & Veschambre, 2006, p. 8), sa lecture devrait se faire par désolidarisation de ses constituants pour mieux comprendre leur harmonie. De cette façon, chaque bâtiment, chaque rue, chaque individu avec

sa tenue vestimentaire (ou uniforme), chaque symbole, chaque graphie imprimée doivent raconter avec des images et des textes affichés les histoires de cet espace.

À l'échelle comparative, les villes Fez, Grenade et Montpellier jumelées avec Tlemcen du fait qu'elles partagent avec la ville des similitudes urbaines et culturelles présentent des physionomies intéressantes en matière d'affichage et de communication valorisant leurs espaces touristiques respectifs. Lors de notre séjour à Fez en 2018, nous avons constaté l'ampleur de similitude entre Tlemcen et Fez (figure 63). Sur le plan architectural, les deux villes offrent des paysages emplis de labyrinthes de *« droubs »* (petites ruelles) et d'impasses butant sur des carrefours commerciaux notamment *« El Qissaria »*, d'anciennes médersa, des mosquées ancestrales comme celle des *d'El Qaraouiyine.*



Figure 63 Quelques facettes des tissus urbains fassi (à gauche) et tlemcénien (à droite).

Nous avons remarqué lors de notre promenade au cœur de la médina de Fez que son secteur est investi de panneaux touristiques vitrés aux diverses couleurs soulignant des circuits à thème selon le site d'attraction se trouvant à proximité ; un code QR figure sur chaque panneau sous forme d'un arc plein ceintre qui suit la symbolique des lieux (figure 64).



Figure 64 Exemples de panneaux d'interprétations répartis dans la médina de Fez

Ils sont également appelés des panneaux d'interprétation qui donnent de manière succincte des informations historiques et culturelles en plusieurs langues à propos des monuments, les espaces publics et les espaces commerciaux, l'usage du mot *« interprétation »* est relatif à la manière dont un touriste international représente les lieux où qui tout ce qui l'entoure semble tourner en signes folkloriques enguirlandés : patrimoine artisanal, espace de vente, de production, climat social créé par les artisans ; les panneaux jouent donc un rôle crucial dans la manière dont on s'approprie le lieu visité, ils aspirent à une lisibilité maximale. Les codes QR réunissent le contenu de l'espace physique et celui de l'espace virtuel construit et permettent ainsi l'accès à une carte interactive qui fournit une géolocalisation permettant au visiteur de se situer dans son itinéraire, ils informent sur d'autres lieux à visiter. La ville de Grenade en Andalousie en tant que ville la plus représentative du patrimoine arabo-musulman en Occident présente également les mêmes physionomies de valorisation de son centre historique avec des panneaux d'affichage touristique (figure 65).

Montpellier a une politique de développement de l'espace basée sur le fait que c'est une ville méditerranéenne qui se caractérise par son dynamisme culturel et étudiant et une ville candidate pour devenir une capitale européenne de la culture en 2028 ; elle a entamé dès la levée de



Figure 65 Panneaux touristiques à Grenade. Source : www.alamy.com (consulté le : 25/05/2023)



Figure 67 Palissades innovantes installés sur la place de la comédie et sur l'esplanade Charles de Gaulle, photos Imad Errouane 2022



Figure 66 Affiche publicitaire relatif à la prochaine mise en service de la ligne de tramway 5 à Montpellier. Photo Imad Errouane 2023

mesures restrictives de circulation dans son espace touristique dues à la pandémie du Covid-19 des travaux visant à réinventer ses sites d'attraction touristique notamment ceux de la place de la Comédie et l'esplanade Charles de Gaulle situés à proximité de son centre historique (figures 67). À travers cet aménagement, on constate premièrement que le rôle des images accompagnées de textes imprimés sur les palissades délimitant les chantiers de rénovation est d'atténuer l'atmosphère pesante des travaux, ensuite les textes et les images ont un réel pouvoir d'informer les passants sur la construction d'une nouvelle réalité de leur espace touristique le plus fréquenté. Les galeries de photographies montrant l'évolution de la ville depuis le XXe siècle est une technique ingénieuse qui témoigne que l'espace touristique se construit et se reconstruit suivant des perspectives économiques, culturelles, artistiques et écologiques. À

propos du volet écologique, les palissades colorées avec le vert traduisent la vision écologiste des pouvoirs publics. La vision écologiste colore tout l'espace montpelliérain, dans les stations-services, dans les arrêts de bus et tramways, dans une dimension publicitaire, ce qui aide à forger une nouvelle identité (figure 67).

On peut conclure à travers ces exemples sur les villes de Fez, Grenade et Montpellier, que les transformations innovantes opérées sur l'espace physique constituent un conglomérat de visions d'acteurs de divers horizons souvent imprécises ou désordonnées vu leur complexité mais qui contribuent à former un lieu touristique ayant une certaine personnalité et une singularité par rapport à d'autres.

2.2.3 Anomalies relatives au volet numérique



Figure 68 Plateforme principale de promotion touristique de la ville de Tlemcen

Le site internet de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tlemcen (tlemcen.mta.gov.dz)[82] (cf. figure 68) est la seule plateforme touristique officielle de la ville conçue par une boite d'appui au ministère du tourisme de l'artisanat algérien. Par conséquent, elle nous sert de support numérique à partir de laquelle on peut analyser l'offre touristique de la ville de Tlemcen en partant de la problématique suivante : la plateforme reflète-t-elle l'image de la ville ? Construit-elle de par son contenu une hyperréalité en disposant suffisamment de ressources iconiques, verbales et sonores permettant de créer une vitrine exemplaire de l'espace touristique tlemcénien et inviter à la consommation touristique ? Notre analyse est répartie sur trois plans essentiels : a) un plan ergonomique ; b) un plan iconique ; c) un plan de linguistique suivant la méthodologie de description d'une page web fournie par Dominique Maingueneau notamment lorsqu'il évoque d'abord que le régime générique du web englobe une relation complémentaire entre une scénographie numérique et scénographie verbale, ensuite, que la

[82] Dernière consultation du site sur le lien : https://tlemcen.mta.gov.dz/fr/ date du 10/07/2023.

scénographie numérique comporte une dimension iconotextuelle, architecturale et procédurale (cf. Maingueneau, 2013, pp. 80-81).

Sur le plan ergonomique, la plateforme offre une qualité d'affichage et un jeu de navigation plutôt corrects. La page d'accueil est fragmentée en sept modules superposés de haut en bas de la page ; chaque module invite à explorer une rubrique spécifique (découverte des sites et monuments, circuits, hébergements, histoire, artisanat, investissement et médiathèque), le site n'est pas condensé et permet une lecture agréable.

Le plan iconique est peu fourni, les photographies des monuments, des plages, des plats gastronomiques et des tenues traditionnelles affichées sur le site peuvent être considérées comme photos-témoins, elles semblent être de simples captures du réel sans subir de traitement artistique, elles sont purement dénotatives et n'enclenchent pas un sens second.

Sur le plan linguistique, le site propose six rubriques principales se situant au premier module de la page web lesquels s'articulent autour de trois thèmes principaux : l'information, l'investissement et la découverte touristique. Le contenu informationnel présente la direction du tourisme et de l'artisanat, son organigramme, ses missions à caractère institutionnel, le formulaire de contact et l'évènementiel planifié. Le contenu relatif à l'investissement énumère les objectifs à atteindre en matière de développement touristique suivant un texte réglementaire tandis que le contenu de découverte touristique, lequel devrait nous intéresser le plus, semble pauvre sur le plan discursif. Hormis les deux formules d'accroche très simplistes inscrites respectivement dans les premier et deuxième module de la page d'accueil « مرحبا بكم في تلمسان », « اكتشف روائع تلمسان », les liens de renvoi à d'autres pages relatives aux découvertes des sites et monuments sont dépourvus de textualité.

À propos de la traduction, le site est consultable en trois langues (arabe, français et anglais). Cependant, de nombreuses rubriques ne sont pas traduites, ce qui laisse place à un vide de contenu écornant l'aspect esthétique et faisant perdre à la plateforme sa valeur communicative. De plus, la traduction est de mauvaise qualité à plusieurs endroits, nous en donnons quelques exemples avec des corrections apportées :

Exemple 01 Correction de la version française	~~La wilaya de Tlemcen occupe une position de choix au sein de l'ensemble national. wilaya, à la fois frontalière et côtière avec une façade maritime de 73 km, la wilaya s'étend sur une superficie de 9017,69 Km². Le Chef lieu de la wilaya est située à 432 km à l'Ouest de la capitale, Alger.~~ Située à 432 kilomètres à l'ouest d'Alger, capitale de l'Algérie, Tlemcen jouit d'une position exceptionnelle sur le littoral algérien. C'est une ville frontalière et côtière ayant une	تحتل ولاية تلمسان موقعًا مميزا في الجزائر. فهي ولاية، حدودية وساحلية مع واجهة بحرية بطول 73 كم، تغطي الولاية مساحة 9017.69 كيلومتر مربع. تقع عاصمة الولاية على بعد 432 كلم غرب العاصمة الجزائر. تلمسان هي مدينة أسلاف لها ماضٍ غني، وقد اهتم الإنسان بها منذ الأزل، وشهدت عصرها الذهبي في عصر الحضارة العربية الإسلامية، وكانت بالفعل مركزًا لتأثير

	façade maritime qui s'étend le long de 73 kilomètres, sa superficie est de 9017, 63 km^2. ~~Tlemcen est une ville ancestrale au riche passé,l'homme s'y est intéressé depuis des temps immémoriaux Tlemcen est connue par ces monuments historiques de valeur touristique et culturelle et d'une touche unique .ou le visiteur entrevoit il la splendeur de l'ancienne civilisation islamique. …~~ Tlemcen a un vécu ancestral et riche. En tant que contrée longtemps fréquentée, elle accéda à la gloire en l'ère de civilisation arabo-musulmane et conserva son statut de ville prestigieuse, fief des civilisations grâce à sa culture et son urbanisme. C'est ainsi qu'on l'a nomma la Grenade africaine, perle du Maghreb.	الحضارات، ومدينة مرموقة لثقافتها وتخطيط المدن لدرجة أن المؤرخين أطلقوا عليها اسم ~~غرياطا~~غرناطة إفريقيا، لؤلؤة المغرب العربي.

La version française que nous avons corrigée se caractérise par un style redondant notamment avec l'emploi des mots au ton institutionnel comme « wilaya » et « chef-lieu » incompatibles avec la phraséologie touristique, leur suppression n'a fait qu'alléger notre style. D'autres expressions sonnent mal à l'oreille comme : *« l'ensemble national »*, *« temps immémoriaux »* et *« touche unique »*. Elles témoignent du fait que le traducteur a suivi la phraséologie arabe plutôt que de réfléchir sur le contexte. Les erreurs de syntaxe concernent l'emploi du démonstratif au lieu du possessif (Tlemcen est connue par ~~ces~~ ses monuments) et la ponctuation est bafouée (absence de majuscule après le point final).

Exemple 02 Correction de la version anglaise.	~~The wilaya of Tlemcen occupies a position of choice within the national whole. wilaya, both border and coastal with a coastline of 73 km, the wilaya covers an area of 9017.69 km². The capital of the wilaya is located 432 km west of the capital, Algiers.~~ Located 432 kilometers west of Algiers, the capital of Algeria, Tlemcen stands in an exceptional position on the Algerian coast. It is a border and coastal town with a 73-kilometer coastline. It's surface area measures 9017.63 km^2. ~~Tlemcen is an ancestral city with a rich past, man has been interested in it since time immemorial Tlemcen is known for these historical monuments of tourist and cultural value and a unique touch. Where does the visitor glimpse the splendor of the ancient Islamic civilization. …~~ Tlemcen has rich ancestral history. As a long-established region, it gained glory in the period of Arab-Muslim civilization and has preserved its status as a prestigious city, a stronghold of civilization thanks to its culture and architecture. This is why it has been called ever since the Granada of Africa, the pearl of the Maghreb.	تحتل ولاية تلمسان موقعًا مميزا في الجزائر. فهي ولاية، حدودية وساحلية مع واجهة بحرية بطول 73 كم، تغطي الولاية مساحة 9017.69 كيلومتر مربع. تقع عاصمة الولاية على بعد 432 كلم غرب العاصمة الجزائر. تلمسان هي مدينة أسلاف لها ماضٍ غني، وقد اهتم الإنسان بها منذ الأزل، وشهدت عصرها الذهبي في عصر الحضارة العربية الإسلامية، وكانت بالفعل مركزًا لتأثير الحضارات، ومدينة مرموقة لثقافتها وتخطيط المدن لدرجة أن المؤرخين أطلقوا عليها اسم ~~غرياطا~~غرناطة إفريقيا، لؤلؤة المغرب العربي.

Les mêmes défaillances stylistiques sont relevées dans la version anglaise où l'emploi de « wilaya » est redondant. De manière générale, la version anglaise semble complètement incompréhensible, toute la phraséologie est loin de correspondre à une production linguistique en langue anglaise de manière tout juste correcte, elle semble avoir fait l'objet d'une traduction par usage (automatique). La plateforme ne semble pas assez bien développée pour refléter le vrai potentiel de la ville surtout si l'on porte une attention à son riche patrimoine et cela pour les raisons suivantes :

1. *Une stratégie éditoriale infructueuse* : Nous estimons à travers notre analyse que la stratégie éditoriale de la plateforme est ratée. Si l'on examine à la fois la scène d'accroche dans l'interface (figure X) ainsi que les images disposées dans les différentes rubriques, et le code chromatique du site qui est la couleur bleue, on remarque que la plateforme projette l'image d'une ville balnéaire. Certes, Tlemcen est bien une ville méditerranéenne, mais c'est une ville qui jouit surtout de la réputation d'une ancienne capitale du Maghreb central (Bel & Picard, 1913, p. 08), c'est une ville d'art, de culture et science islamiques, de patrimoine architectural, de gastronomie et de métiers artisanaux ancestraux. Par conséquent, il aurait été judicieux d'orienter le contenu argumentatif vers une compétence touristique basée sur les attributions culturelles de la ville.

2. *Un contenu qui n'atteint pas ses cibles.* L'analyse des hyperliens et des sous-liens permet de constater que le site cible plutôt les investisseurs que des touristes désireux de découvrir Tlemcen et ses vestiges, comme le témoignent les rubriques *« Qui sommes-nous ?» « Investir » et « Services »* abondantes en textes réglementaires (voir fragments dans le tableau ci-dessous), qui présentent les facteurs essentiels de la ville (position géographique, résumé historique, découpage administratif, organigramme de direction et ses missions). En revanche, les autres rubriques consacrées à la découverte des sites, de l'artisanat, des circuits et de la gastronomie contiennent des informations brèves ; le discours est pauvre en argumentation et se limite à quelques affirmations sans emploi d'un style propre au tourisme récepteur lequel devrait associer un ton enthousiaste, des adjectifs appréciatifs, des superlatifs, un lexique riche précis, le tout en adéquation avec le thème du site (cf. Derambure-Degraeve, Bonsang, et Briere-Cuzin, 2022, p. 53). Enfin, certains liens sont non développés.

3. *Une mise en scène iconographique improductive.* Sur le plan iconographique, les images du site sont dépourvues de pouvoir connotatif et ne suscitent aucune action de la part du lecteur sur le plan rhétorique. Tous les objets qu'elles décrivent, monuments, arts culinaires, objets artisanaux renvoient à un sens monosémique ne pouvant donner lieu à une lecture interprétative. Cela n'entre pas bien entendu dans la ligne éditoriale promotionnelle de toute plateforme touristique. Si l'on prend en considération les critères énumérés par le spécialiste de la communication Sébastien Rouquette, les images de la plateforme ne sont pas mises en avant dans l'optique de construction d'un imaginaire touristique, elles ne sont pas fantaisistes, ni travaillées artistiquement dans le but de dépeindre un univers touristique enchantant (cf. Rouquette, 2009, p. 169). En communication culturelle, Pierre Antoine Pontoizeau considère que l'image culturelle a deux fonctions précises : la première, celle d'identifier une société ou un produit à une réalité culturelle qui l'englobe et l'enveloppe comme un écrin ; la deuxième est relative au fait que l'image porte en elle un héritage des arts anciens.

Les images du tourisme traduisent l'identité d'un peuple, le décor et les objets leur sont autant de moyens pour faire allusion ou suggérer une ville, une œuvre d'art ou une époque et la publicité constitue le champ idoine de créativité qui introduit des œuvres qui « communiquent avec nous » sous couvert d'une information commerciale (cf. Pontoizeau, 1992).

4. *Zones d'interaction verbo-iconique inexistantes.* Faire de la « *paratraduction* » d'un site web c'est examiner ses symboles, ses images, ses vidéos et sons qui forment « *un plan multimédia* » ou un « *paratexte numérique* » qui influence la réception du contenu linguistique de départ (exemple : une image, un symbole ou une vidéo, disposés comme des arrière-plans qui donnent de la puissance à un slogan, ou un paragraphe introduisant un lieu touristique). Le traducteur examine à son tour ce plan multimédia pour élaborer sa traduction. En ce sens, on ne retrouve dans le site aucune manifestation sémiotique de ce type qui soit assez puissante pour influencer le contenu textuel.

Pour clôturer notre rapport d'enquête sur les performances touristiques de la ville de Tlemcen, nous pouvons dire que la mise en tourisme de la ville présente beaucoup de lacunes en partant de l'espace physique jusqu'au niveau de la communication virtuelle. Nous explicitons ci-dessous ces lacunes suivant un schéma de performance touristique que nous avons élaboré comme critère d'évaluation :

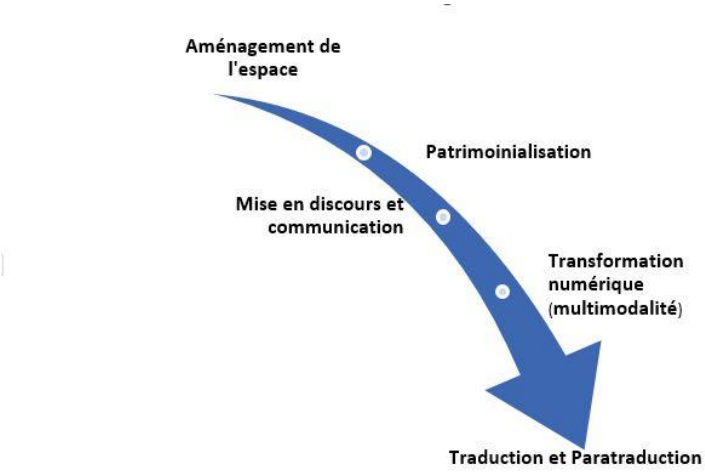


Figure 69 Schéma de performance touristique

2.2.3.1 L'espace comme point de départ

Pour atteindre le stade de performance optimale en tourisme récepteur, l'espace est le premier facteur à prendre en considération. L'espace en tant qu'écosystème favorable à l'innovation constitue le point de départ dans la mise en œuvre de la stratégie promotionnelle ; les pays qui sont toujours habitués aux marchés mondiaux dans les prestations touristiques, échaudés par leurs expériences dans un type particulier comme le tourisme balnéaire, le tourisme culturel, ou le tourisme d'expédition s'appuient en premier lieu sur la notoriété de leurs écosystèmes qui

représentent la pierre angulaire de l'innovation touristique. L'espace englobant les sites naturels (reliefs, côtes, désert, plaines, forêts, parcs animaliers etc.) et des sites historiques façonnés à la fois par la nature et par l'homme prescrit sa propre feuille de route conduisant à sa valorisation par les acteurs selon ses caractéristiques propres. De ce fait, les spécialistes de la mise en tourisme en Algérie doivent être capables d'interpréter l'espace, de le comprendre, de communiquer avec lui, de concevoir des supports de communication qui reflètent son originalité et sa beauté, de montrer aux visiteurs qu'il ne peut être trouvé ailleurs une copie de lui parce qu'il est unique en son genre. « *L'espace est territoire, domaine, étendue, liberté, texte. Il est là où se meuvent les corps et l'esprit circule* » (Boudjedra, Caron, Charbonneau-Tissot *et al.* 1984, §1). L'interprétation du patrimoine (naturel ou monumental), écrivent André Gob et Noémie Drouguet, est un concept fondé aux États-Unis grâce aux travaux du journaliste américain Freeman Tilden sur le rôle représentatif que jouent les parcs naturels américains par principe que tout patrimoine ne parle pas pour lui-même et donc, il faut l'expliquer, en dégager une signification pour le public. Pour Freeman Tilden, l'interprétation du patrimoine est : « *une activité éducative qui veut dévoiler la signification des choses et leurs relations par l'utilisation d'objets originaux, par l'expérience personnelle et des exemples plutôt que par la seule communication de renseignement factuels […], l'interprétation partant par la simple curiosité, doit développer celle-ci pour enrichir l'esprit de l'homme* » (Gob et Drouguet, 2021, p. 298). On comprend donc que le premier contact que l'on a, à travers une visite d'un site naturel ou historique et l'émerveillement ou la sensation de déception qui en résultent, ne peuvent être que le résultat de politiques de « façonnage de l'espace » vers lesquelles les acteurs du patrimoine du tourisme ont décidé de s'orienter.

2.2.3.2 La patrimonialisation

La « *patrimonialisation* » peut être interprétée comme un processus social par lequel les acteurs sociaux, de par leurs multiples actions solidaires, confèrent à un espace architectural, urbanistique ou paysager, un ensemble de propriétés ou de « *valeurs* » reconnues et partagées, légitimement d'abord, par ces acteurs et, ensuite, par les individus de la société à travers des mécanismes d'institutionnalisation individuels ou collectifs nécessaires à leur préservation (cf. Amougou, 2004, p. 25). Plus spécifiquement, la patrimonialisation signifie la mobilisation de moyens humains et matériels visant à redorer le blason d'un patrimoine en danger ou menacé de disparition, tels que les sites naturels ou historiques délaissés à caractère représentatif, en vue d'éviter une « rupture patrimoniale » et en même temps faire en sorte que leur image et influence perdurent dans le temps tant ils sont porteurs de formes d'organisations sociales, culturelles et religieuses (cf. Héritier et Guichard-Anguis, 2008, pp. 3-4). Dans son article

traitant la question de la patrimonialisation des médinas au Maroc, la géographe Anne-Claire Kurzac-Souali estime que les processus de patrimonialisation varient selon les acteurs impliqués, leurs origines, leurs inspirations par rapport au patrimoine et les moyens réunis pour le valoriser ; la notion même de patrimonialisation évolue à partir d'une recomposition du discours sur la ville (et particulièrement sa médina) et son rôle comme épicentre du patrimoine urbain. S'articulant autour de la valorisation du patrimoine monumental constitué d'édifices évoquant une culture arabo-andalouse, la patrimonialisation de la médina marocaine vise à repenser ses usages et à la reconquérir sur le plan symbolique car elle reste un instrument qui rassemble et qui fédère les citoyens en valorisant les identités par leurs distinctions culturelles (cf. Kurzac-Souali, 2012, pp. 44-45).

Le cas de patrimonialisation ou de mise en tourisme du centre historique de la ville de Tlemcen, objet de notre enquête de terrain, peut en l'espèce, être comparé à celle de médina marocaine type (et particulièrement à celle de Fez, ville historique jumelée avec Tlemcen en 1988) vu les similitudes urbaines et culturelles qui rapprochent les deux villes. Ces similitudes se résument d'ailleurs dans quatre fonctions vitales de la vie quotidienne : résidentielle, productive, commerciale et religieuse. Depuis des siècles, ces fonctions sont structurées au sein de l'espace intra-muros où la vie sociale s'animait autour des mosquées, des souks, des galeries marchandes et à proximité des boutiques des artisans aux métiers nobles comme les artisans de la soie et de la bijouterie et les autres artisans de métiers réputés nuisibles ou encombrants (comme les huileries, les moulins ou les tanneries) situés près des portes et des cours d'eau (Mazzine et Adouk, 2016, chap.11 § 3). Pour ce qui relève du patrimoine monumental, nous avons constaté à travers notre enquête de terrain et à travers les photos que nous avons prises que les sites importants se trouvant dans le centre historique font l'objet d'une exploitation stagnante, routinière ; aucune innovation en matière de restauration des bâtiments n'a été remarquée depuis 2011 – année durant laquelle Tlemcen fut désignée capitale de la culture islamique –. L'intérêt porté au patrimoine uniquement ne se manifeste que dans des conjonctures saisonnières (durant les fêtes nationales et religieuses, manifestations culturelles de courte durée, ou lors des visites des délégations d'officiels de pays étrangers) ce qui est une habitude mauvaise qu'il faut abandonner. Nous avons vu que les espaces entourant des sites importants comme ceux de Bab Sidi Boumediene et la mosquée Sid El Haloui de Bab El Karmadine et le minaret d'Agadir ne sont pas entretenus, ce qui compromettrait toute planification d'itinéraires touristiques innovants menant à la découverte et à l'exploration de ces sites. L'espace entourant un site historique constitue son décor extérieur, métaphoriquement son vestibule et peut être considéré comme une partie indivisible. Si l'on veut améliorer des

produits et des services touristiques de la destination Tlemcen, une réhabilitation paysagère s'impose à travers l'élaboration des espaces ayant vocation à être parcourus, appropriés et attractifs par les visiteurs. En nous appuyant sur les explications fournies par la géographe spécialiste des pays de la péninsule d'Afrique de l'Est Marie Bridonneau traitant un cas similaire au nôtre concernant la revitalisation des espaces entourant des églises de Lalibela en Ethiopie (Bridonneau, 2015, pp. 195-197) et particulièrement sur ce qu'elle appelle *« le nettoyage du site sacré et sa libération des marques de pauvreté »*, on dira pour notre cas, qu'il ne s'agira pas d'éliminer des marques de pauvreté, mais de relever les dysfonctionnements des usages du patrimoine liés aux pratiques sociales aux abords du site et de sa périphérie (notamment les commerces ambulants ou les jets de détritus ou les empiètements humain et urbain qui en résultent). Par conséquent, pour résoudre cette incompatibilité d'usages du patrimoine, il faudrait privilégier comme usage principal la préservation de l'intégrité matérielle des sites, leur authenticité, et leurs valeurs touristiques au détriment de *« l'usage social »,* qui peut être secondaire liés aux pratiques locales (commerce, rencontres, autres pratiques sociales diverses etc.) qui peut être rattaché à l'usage principal, vu son avantage sur le plan animation, mais sous éventuelles conditions.

2.2.3.3 Mise en discours et communication

Nous avons dit plus haut (cf. *supra*, p.387) que les spécialistes de la mise en tourisme doivent être capables d'interpréter l'espace, de le comprendre, d'interagir avec lui, de le représenter à travers des supports communication qui permettent de le voir autrement. En ce sens, l'évènementiel et les itinéraires construits autour des sites importants (parcours d'expédition,



Figure 70 Exemple d'un story-board. Source : (panneau-interpretation.terredepixels.fr 2023)

promenades, excursions maritimes, randonnées) sont les thèmes qui nécessitent la production massive et diversifiée de dépliants, de brochures sans parler de la mise en place de panneaux d'interprétation pour l'affichage autour des monuments.

Les story-boards (cf. figure 70) entrent dans une conception d'un ensemble de panneaux adaptés aux sentiers d'interprétation pour les sites naturels. Ils se caractérisent par leur disposition dans des emplacements bien stratégiques et dans un ordre chronologique. Un story-board propose une lecture progressive et rapide avec des titres et des sous-titres et un chapeau ; le texte accompagné d'illustration en photos est articulé avec des mots concrets, des verbes d'action qui s'adressent au visiteur et l'interpelle. Les textes des story-boards reflètent bien l'inspiration de leurs rédacteurs qui n'hésitent pas à employer des métaphores, des analogies et de l'humour (cf. Asloum, Aupretre, et Chadennier, 2008, pp. 179-180).

Quand le récit est présenté dans un panneau d'interprétation, il explicite une curiosité et matérialise un assemblage des histoires naturelle et humaine inscrites dans un parcours touristique et il fait vivre une expérience mémorable.

> Mis en exergue par un panneau d'interprétation, parfois intégré à un circuit d'interprétation élaboré, le site devient un lieu porteur de sens autant par la sélection dont il a fait l'objet initialement, que par la signification transmise par la voie(x) du discours interprétatif (qui suppose une sélection, une reconstruction, une mise en intrigue portée par une narration) (Héritier, 2018, p. 40).

Stéphane Héritier poursuit que l'interprétation a deux formes, l'une « *statique* » portant sur la manière dont le monument se présente à nous avec ses accessoires (visuels explicatifs, panneaux), l'autre est « *dynamique* » exécutée par l'interprète. Ces deux types constituent une figure de l'unité dans laquelle, le lieu, le temps et l'action sont convoqués pour être combinés dans l'expérience de visite. Dans l'interprétation dynamique, l'interprète, à travers ses actions d'expliquer, de relier le passé au présent d'un lieu de visite par la narration, de transposer des imaginaires avec l'usage de la parole et du langage jouant un rôle déterminant dans l'appropriation des lieux, la sollicitation des émotions et la création de la mémoire, il est considéré comme un maître du discours qui transforme le site en apparence sans qualité en un lieu chargé d'expériences, le site devient « *une scène autant qu'il est le lieu de la scène* » (cf. Héritier, 2018, pp. 41-42). Cela nous rappelle les propos de Dominique Maingueneau, lequel dans « *discours et analyse du discours* », étaye sa préférence pour l'expression *« scène d'énonciation* » sur « *situation de communication* ». En l'espèce, l'interprétation d'un lieu de visite avec toutes ses valeurs est similaire à une scène d'énonciation du discours. À travers l'emploi du mot « *scène* », on englobe tous les éléments d'action verbaux et non verbaux qui composent l'espace lequel les met en batterie, « *le discours présuppose un cadre défini par les contraintes du genre, mais doit aussi gérer ce cadre à travers la mise en scène de son énonciation* » (cf. Maingueneau, 2021, p. 112).

La mise en discours porte donc sur toutes les attributions de l'espace au moyen desquelles on le représente autrement aussi bien par l'écrit (publicité, rhétorique, discours laudatif etc.) que par la photographie (effets visuels). On rajoutera la fonction d'animation qui est une caractéristique moderne attribuée aux patrimoines monumentaux. Les musées de renommée mondiale comme le Louvre, ont aujourd'hui un rôle plus dynamique, plus proactif, ils visent à attirer le public et cela s'est fait parallèlement avec la montée en puissance de l'évènementiel et par l'imprégnation progressive du secteur culturel par des logiques du marketing, on parle alors dans ce contexte de «produit-musée» et pas simplement du « musée » vu que les stratégies de marketing visent à le concevoir pour un public plus large, dans une démarche participative et à le présenter en une image plus avenante (Gob & Drouguet, 2021, Chap. 9, § 1-2 et p.294).

Émilie Flon dans *« mise en scène du patrimoine, savoir, fiction et médiation »* explique que des outils comme l'iconographie, panneaux, fresques, ou autres objets exposés dans un site historique peuvent être considérés comme des éléments de médiation pour la mise en scène de ce site laquelle permet de :

1. Le faire exprimer, en ressuscitant son passé à travers l'utilisation de ses fragments (comme le cas des ruines par exemple) d'un contexte antérieur à un autre présent et sous de nouvelles circonstances ;

2. Le faire exprimer dans l'objectif de raviver une mémoire collective et dans ce cas, toute son histoire devrait être reconstruite par les spectateurs/visiteurs ;

3. Émouvoir et susciter des réactions chez les spectateurs car les traces du passé ne sont pas autant interrogées pour se rapprocher la réalité historique que pour partager et transmettre des valeurs (cf. Flon, 2012, pp. 16-17).

À propos de la mémoire collective, le géographe Stéphane Héritier estime que « *les lieux touristiques servent à amarrer la mémoire tout en ouvrant, dans le même temps, la possibilité de la (re)configurer. La mémoire associée à un lieu est évolutive et ce d'autant plus qu'elle se recharge de signification à mesure de la transformation des sociétés et du regard que ces dernières portent sur leur passé* » (Héritier, 2018, p. 37) et *« la fréquentation des lieux patrimoniaux, désignés, promus et commémorés permet de favoriser en retour dans une sorte de mécanisme itératif, leur reconnaissance en tant que composante de la mémoire collective et nationale* » (ibid. p. 39).

En reprenant l'expression de « *mise en scène du patrimoine* » Daniel Jacobi et Maryline le Roy estiment que les monuments, lorsqu'ils sont en phase promotionnelle, deviennent des équipements et des offres culturelles (cf. Jacobi et le Roy, 2013, p. 19). Ils sont mis en valeur par la signalétique à laquelle, les auteurs joignent les panneaux et les étiquettes en tant que médias d'exposition « *endotextuels* » qui diffèrent des autres écrits habituels (plans, dépliants, livrets, guides de visite) dits « *exotextuels* » ; les auteurs rajoutent ensuite dans ce qu'ils

appellent « *registres d'aides à l'interprétation* », les textes multimédias. La signalétique est une forme textuelle singulière parce qu'elle porte un code scriptovisuel original pouvant être accompagné de signes de valeurs symboliques et du contenu textuel culturel. Les fonctions du balisage et du jalonnement permettent de pointer et de nommer les aspects saillants d'un parcours, elles satisfont les besoins d'orientation spatiale et instaurent une régulation du parcours de visite. La fonction textuelle permet d'identifier, de désigner, de fournir des renseignements sur les noms des espaces et d'indexer ce qui est pertinent. (Ibid., pp. 18-19).

Dans le même ordre d'idées, le texte et le discours (et l'on peut même, pour notre part, inscrire la signalétique) sont aux yeux de Stéphane Héritier des composantes du dispositif de narration qui caractérisent les récits en tant qu'instruments de production des lieux puissants et nécessaires ; la narration permet de réveiller des histoires endormies et « *narrativiser* » est une action qui se traduit par une mise en cohérence d'éléments spatialement épars sous la forme d'un récit, c'est ainsi que le discours permet d'expliciter au mieux l'histoire d'un lieu touristique et sa configuration sociale, il est le processus de médiation qui se déroule en trois étapes : a) *l'intention* : c'est-à-dire l'intention de communiquer ; b) *la formalisation* : laquelle vise à inclure le dispositif spatial dans des supports) et ; c) *la présentation* : laquelle est mise à disposition du public (cf. Héritier, 2018, p. 43).

Si on applique cette physionomie aux sites que nous avons visités durant notre enquête, on réalise qu'ils ne sont pas tellement concernés par les modes de reconfiguration spatiale (restauration), ni par les dispositifs de mise en scène ou de médiation que nous avons mentionnés plus haut, on obtiendra donc des bâtiments condamnés, métaphoriquement parlant, au silence absolu, isolés de tout processus d'animation compte tenu de l'absence de dispositifs technologiques permettant de les transformer en offres culturelles, de renforcer leur authenticité et de les rendre plus attractifs. Par conséquent, cela entraîne non seulement une rupture de transmission de valeurs historiques, mais aussi une rupture de la communication patrimoniale intergénérationnelle que malheureusement les quelques panneaux rudimentaires disposés à quelques endroits sont insuffisants pour pérenniser leur prolongement dans la mémoire.

2.2.3.4 Transformation numérique et multimodalité

La transformation numérique constitue le passage d'un monde à l'autre, du réel au virtuel. Dans cette phase, l'espace touristique peut faire l'objet de traitements infinis permettant de renouveler son attractivité, lui attribuer d'autres valeurs par le développement web sans contraintes physiques, matérielles ou spatiales. Plus explicitement, les monuments et sites historiques, après être passés par les phases d'embellissement, d'aménagements divers, de mise en scène et d'interprétation lesquelles se déroulent dans le réel sont « transposés » dans le

virtuel pour revêtir encore d'autres procédés d'esthétisation dans les plateformes touristiques. Le but de la transformation numérique est de construire des imaginaires autour d'un site touristique et c'est bien l'imaginaire en tant « *qu'espace mental intermédiaire* », « *phénomène transitionnel* » se situant entre deux pôles : « *l'espace physique* » et « *l'espace technologique* » qui stimule son attractivité (cf. Amirou, Pauget, et Lenglet, 2011, pp. 89-90-92) :

> L'imaginaire organise l'espace en parties propices et en parties neutres. Une véritable mise en scène de la vie et de l'espace touristiques se trouve ainsi opérée par les industriels du voyage, mais également par chaque voyageur, à travers les images qu'il emporte avec lui, celles qu'il collecte pendant le voyage, et celles qu'il rapporte chez lui (Amirou, Pauget, et Lenglet, 2011, p. 92).

La multimodalité est la caractéristique la plus marquante de la transformation numérique, tout ce qui a trait à l'espace touristique physique est reconstruit dans une page web (ou éventuellement dans une plateforme) par le procédé d'écriture hypertextuelle multimodale :

> « L'écriture hypertextuelle multimodale est un processus visant à produire un hypermédia, soit une interface textuelle et/ou visuelle constituée d'hyperliens menant vers des documents de différentes natures : vidéo, image, texte. Elle implique l'élaboration d'une architecture textuelle (design/framing) non linéaire, par strate, qui pense en amont l'articulation des modes d'expression et des contenus (complément, redondance, relais, jonction, détournement), leur ancrage (degrés de prédominance), l'effet des choix esthétiques du support de diffusion et de la réception. Ainsi le concepteur/producteur d'hypermédias doit prévoir et consigner les parcours possibles de lecture, l'articulation entre les modes sémiotiques et les usages techniques à l'intérieur du « mode d'emploi » de sa production. De plus, l'hypermédia, façonné par les possibles du numérique devient un mélange interactif d'écrits, d'images, de sons, de graphismes, et participe au renouvellement de l'esthétisme : « *le numérique se définit par une diffraction des contenus »* provoquant une esthétique particulière, multiple et éclatée » (Audet et Brousseau, 2011, p.10). » (cf. Lebrun & Lacelle, 2015, p. 22).

Toutes les informations relatives à un site historique, un musée, ou un parc naturel sont dispersées dans ladite architecture textuelle selon la stratégie de communication préconisée par les concepteurs. Les fragments de textes sont intégrés dans des rubriques auxquelles on associe des symboles, des images fixes et en mouvement (vidéos) et du contenu interactif (des actionneurs) permettant à un visiteur de faire partie de l'expérience numérique puisqu'il est invité à effectuer un achat, émettre des avis, réserver un parcours de visite, envoyer des doléances, se rediriger vers la communauté web pour prolonger davantage son expérience.

Si l'on revient à notre schéma, on s'aperçoit que la transformation d'un site touristique se déroule de manière ordonnée et logique puisque l'on a au début, un site isolé qui sera aménagé, médiatisé ou transformé en équipement culturel…mais avec internet, la découverte des pays

ou des métropoles touristiques et leurs équipements culturels se déroule d'abord en ligne, il y a donc presque une « injonction » d'axer les critères performance d'abord sur le volet virtuel qui conditionnerait même pour les plus « méticuleux », le choix d'une destination sur une autre. Avec internet, toutes les régions du monde affichent leurs performances touristiques en offres numériques, parfois même avec exagération, le contenu doit être irréprochable.

L'expérience de visite d'une plateforme ou d'un site web touristique se vit à l'intérieur d'un contenu hyperréel, créé à la base d'un univers thématisé où la réalité est recréée et qui peut convenir davantage aux attentes des visiteurs que « la vraie réalité » (cf.Batat & Frochot, 2014, p. 101). L'avantage de l'hyperréalité, en plus de susciter l'engouement des consommateurs à vivre une expérience touristique unique dans un thème particulier, est d'éliminer quelques inconvénients de la destination, d'alimenter le fantasme et la construction – et reconstruction – de l'imaginaire pour présenter enfin un produit culturel dénué de la moindre trace négative. Techniquement, cela se passe sur une plateforme ou sur un site doté d'une interface sur laquelle sont distribués, des images (fixe ou en mouvement) des textes et des sons et des symboles soulignant des labels culturels ou commerciaux. Ces ressources sont reliées entre elles d'une manière compacte, les plateformes présentent généralement comme plan d'accroche des slogans brefs mais puissants avec une rhétorique adaptée au thème du produit touristique vanté, derrière le slogan une séquence vidéo (généralement courte) démarre simultanément lorsqu'on accède au site, elle présente les atouts essentiels du produit (pour un pays touristique, on montrera ses villes attractives, ses monuments, ses parcs naturels, ses touristes semblant témoigner de leur émerveillement et qui prennent ainsi le rôle d'ambassadeurs du pays visité, sa population accueillante, ses officiels, ses prestataires touristiques…). On peut qualifier cette conception homogénéisante des produits touristiques comme un véritable décor, ou scène d'énonciation où plusieurs voies mettent le visiteur au centre de l'action.

Pour cette phase le site de tlemcen.mta.gov.dz n'est que peu représentatif des attributions touristiques de la ville au regard des physionomies mentionnées plus haut. Un survol rapide nous permet de comprendre que le site ne présente aucune construction d'hyperréalité ni aucune orientation claire par rapport à un type de tourisme devant être promu (pour Tlemcen, il peut s'agir surtout du tourisme culturel vu le poids historique de Tlemcen et ses monuments).

Sur le plan technique, on ne remarque aucune interaction verbo-iconique, aucune vidéo, aucun symbole ou un label et aucun plan interactif pouvant faire adhérer un éventuel visiteur à l'expérience de visite virtuelle, son contenu linguistique, en plus du fait de présenter beaucoup d'erreurs de transposition, est orienté dans le discours administratif, ses rubriques relatives à la

découverte touristique ne sont pas enrichies avec des textes à vocation publicitaire et certaines d'entre elles n'ont pas de texte.

2.2.3.5 Traduction et paratraduction

Tout au long du schéma que nous avons élaboré autour de la critique de notre enquête de terrain, nous n'avons pas fait la moindre allusion à la traduction ou la paratraduction. Nous justifions cela par le fait que l'acte de traduction ou de paratraduction ne peuvent être effectués qu'à la base d'un plan de communication établi adapté à un produit touristique fini. Par conséquent, au vu de la faible performance sur le plan virtuel du site tlemcen.mta.gov.dz et du manque d'interaction verbo-iconique, la paratraduction, pour les objectifs qu'elle suscite – c'est -à-dire associer le paratexte et l'image comme « péritexte iconique », ainsi que d'autres facteurs comme les symboles et les vidéos (sous-titrage) dans le processus de traduction – est irréalisable.

En effet, si on applique le schéma de performance touristique sur notre parcours de visite, on réalise qu'à chaque étape, des erreurs sont compromettantes en matière de communication touristique et ce en partant du début, de la prise en charge même de l'espace dont le potentiel naturel peut être exploité aux fins touristiques jusqu'à l'offre sur plateforme numérique. L'accumulation des lacunes à chaque étape que ce soit au niveau de l'aménagement, de la mise en offre touristique, de la mise en scène du patrimoine et sa médiatisation la transformation numérique, ne permet nullement d'exceller en performance touristique par faute de matière et de contenu. Un traducteur ou un paratraducteur, en tant qu'agents communicateurs ne peuvent pas partir de rien. Ainsi pour qu'une bonne traduction touristique soit réalisée, la mise en place d'un contenu riche s'impose dans l'espace physique avec des écrits endotextuels et exotextuels et pour qu'une bonne paratraduction soit effectuée, il nous faut une plateforme touristique bien fournie en ressources sémiotiques verbales et non verbales.

2.2.4 Analyse contrastive des plateformes « algeriatours.dz » et « visitmorocco.com »

Avant de nous atteler à l'analyse contrastive des plateformes touristiques algérienne et marocaine, il convient d'apporter quelques précisions à propos de la localisation, la transcréation et la paratraduction.

L'acquisition de l'information à l'ère numérique débute sur internet en amont de l'expérience réelle laquelle s'effectue par le déplacement physique. Cela se passe donc à travers les plateformes numériques qui permettent l'accès aux informations instantanées peu importe le centre d'intérêt recherché. Pour le tourisme, le mot « plateforme » a fait l'objet d'un glissement sémantique dans la mesure où il a été amputé de son acception originelle *« étendue de terrain*

relativement plane, située en hauteur par rapport à son environnement » pour revêtir une nouvelle acception décrivant une nouvelle réalité : espace virtuel, informatique permettant l'accès aux voyageurs. La plateforme de promotion du tourisme ou de voyage représente le nœud, le lieu unique par lequel transite l'ensemble des informations ou des services touristiques. Par extension, elle est de surcroît le lieu de transactions où se rencontrent l'offre et la demande de façon dématérialisées au sein d'un écosystème complet de services d'accès intégrés (CNNum, 2014, p. 55).

Selon Thomas Jammet et Audrey Linder, la promotion du tourisme par le numérique consiste à composer le voyage de façon virtuelle. Le virage numérique des offres touristiques a fait émerger de nouvelles pratiques sociales liées au tourisme. Ainsi, une plateforme numérique est une fenêtre qui permet de vivre, planifier, réserver et de se mettre d'abord dans une situation de pré-expérience face aux offres touristiques, puis, à travers la personnalisation des choix, le consommateur prend la décision d'aller découvrir le pays pour de vrai. Cette physionomie émane du marketing expérientiel qui stimule le sens du consommateur pour l'attirer dans l'univers de marque afin de lui offrir une expérience gratifiante. Le marketing expérientiel repose sur l'idée que l'individu contemporain cherche à « *vivre des immersions dans des expériences de pré-consommation avant de passer à la transaction menant à la consommation effective* » (cités par Jammet & Linder, 2019, pp. 1,2 et 3).

En conséquence, une plateforme touristique peut-elle faire l'objet d'une paratraduction ? dispose-t-elle de toutes les conditions requises à cet effet, c'est-à-dire, un/des paratexte(s), une/des image(s) servant comme péritexte(s) iconique(s), un/des symbole(s) ; ces ressources proposent-elles une lecture combinatoire multisémiotique pouvant renvoyer le visiteur à un contenu hyperréel à partir duquel, il construit son imaginaire ? Ces interrogations sont primordiales car l'interaction des diverses ressources internes de n'importe quel site internet en tant qu'espace virtuel de circulation d'information sont supposés influer sur sa réceptivité et sur sa consommation (navigation ordinaire, achat, activité ludique etc…Par conséquent, elles conditionnent son succès ou son échec sur le web. Ce qui lie la traduction aux « *plateformes numériques* » est constaté, au moins, dans deux activités qui sont : la localisation et la transcréation.

La localisation fait référence au processus de traduction et d'adaptation de produits, de contenus et de services aux exigences d'un marché donné. Concrètement, si une entreprise multinationale décide de s'implanter dans un marché situé dans une aire géographique spécifique et aux caractéristiques culturelles différentes (ex. Un groupe industriel européen œuvrant en Asie), tous ses plans marketing, ses supports de communication devront être

élaborés selon une réalité différente, le processus conduisant à la création d'un produit adapté à ladite aire géographique ne peut s'appuyer que sur le volet linguistique (notamment terminologique où il est question de s'assurer, dans le cas d'une adaptation d'un logiciel de comptabilité, de la bonne terminologie d'arrivée), ainsi la localisation implique une combinaison d'aspects linguistiques et technologiques (cf. Scarpa, 2010, p. 339).

Pour Jean Delisle, la localisation porte certes sur la traduction d'un contenu verbal selon les conventions textuelle et linguistique de la langue cible, mais la diversité des supports exige que l'on adopte aussi le contenu non-verbal représenté par les couleurs, icônes, graphiques, devises, tailles du papier, unités de mesure, emballage et autres contraintes formelles. De surcroît, le traducteur-localisateur est amené à maîtriser aussi bien les exigences culturelles, techniques et légales du marché du maître d'ouvrage que les spécificités de l'aire culturelle ciblée : traditions, coutumes, particularités linguistiques, tabous, mots à la mode *« cordes sensibles »* des consommateurs. Ainsi, localiser signifie *« traduire sur l'ordinateur, pour l'ordinateur* » (cf. Delisle, 2021, p. 213).

Avec la localisation, tout produit destiné à la commercialisation internationale (dont les plateformes numériques, logiciels, appareils électroniques…) conserve les mêmes valeurs d'usage dans les zones où il a été produit (zone de production), cependant, il apparaîtra sous une autre forme et la réussite ou l'échec de sa performance dans un autre foyer socio-culturel dépendra de la réussite ou de l'échec du modèle socio-culturel dans lequel on aura décidé de l'introduire.

La transcréation n'est pas bien différente de la localisation. En réalité, les deux concepts sont très similaires. Pour n'importe quel exercice de traduction, transcréer signifie s'éloigner de l'original et partir d'une interprétation indicielle du texte source et ne se permettre aucune réversibilité ni même approximative (cf. Hammer, 2019, p. 236). Bien que le concept soit apparu au début en littérature et en poésie en tant que procédé de reformulation esthétisante qui consiste – particulièrement en poésie – à partir d'une image et/ou d'un ressenti pour recréer l'effet/émotion dans un autre vers afin de conserver l'essence volatile de l'original (cf. Lapeyre, Poulin, & Roger, 2011, p. 149) et qui préconise une traduction créative en privilégiant l'inventivité et la transposition délibérée du signifié textuel (Romengo, 2010, p. 175). Ce même concept a été associé à d'autres termes comme « *versionisation* » rattachés au domaine audiovisuel (cf. Rannaud, 2021, p. 112) et à toute une série de pratiques de transfert multilingue comme la rédaction technique, la médiation langagière qui prouvent que la traduction est actuellement une opération fluide, négociable suscitant représentations et attentes diversifiées (cf. Scarpa, 2010, p. 168 et Gambier, 2006, p. 30).

La paratraduction unit les deux concepts tant au niveau de l'adaptation que celui de l'approche créative, cependant, une subtile différence dans le mode opératoire, dont l'importance n'est pas moindre, doit être mise en exergue.

En effet, la localisation demeure un concept d'ensemble portant sur le traitement linguistique des *« solutions informatiques »* tels que les logiciels et les sites internet dont la traduction n'en est qu'un élément parmi une série d'adaptations culturelles. De plus, si en traduction ordinaire, si on travaille sur un texte déjà fourni, en localisation, la conception d'un produit de vente se fait simultanément avec son traitement linguistique.

La transcréation, elle, est une activité purement créatrice qui peut intéresser les « *sloganistes* » ou les rédacteurs-publicitaires dans l'industrie du divertissement où il est toujours question de transposer efficacement un message dans une dimension créative tout en gardant l'esprit du concept de départ, par conséquent la transcréation demeure pleinement une créativité verbale.

La paratraduction, quant à elle, inclut dans son exercice des parties d'un document à traduire lesquelles n'ont pas été prises en considération, comme le paratexte, l'image, les symboles et les sons, pourtant ceux-ci sont des indications de l'extra-texte qui ont toujours leur influence sur les statuts des textes traduits (cf. Yuste Frías, 2010, p. 294).

2.2.4.1 Critères d'évaluation

Avant de procéder à l'analyse des deux plateformes, nous avons pris en considération trois critères d'analyse à savoir : « *le plan ergonomique* », « *le plan de contenu* », et « *le plan multimodal* », les portées techniques de chaque plan d'analyse sont les suivantes :

2.2.4.1.1 Le plan ergonomique

Le plan ergonomique identifie les performances de la plateforme par rapport aux « *lois de proximité et de similarité* » ; la loi de proximité signifie que notre cerveau cherche à regrouper les éléments qui sont proches dans l'espace de lecture à l'écran. La proximité des éléments visuels avec les éléments verbaux et sonores exprime donc une cohésion du plan conceptuel général de la plateforme. En cas d'éloignement de ces éléments les uns des autres ou s'ils se présentent à nous de manière anarchique, cela sera interprété comme une « *désorganisation cognitive* » ce qui signifie que le lecteur a le sentiment d'être perdu dans les hypertextes qu'il parcourt soit à cause de la mauvaise régulation de l'information ou du manque de cohésion de la présentation soit à cause de l'hypercondensation du contenu sous certaines rubriques (Baccino, Salmerón et Cañas, 2008, p. 15). Toutefois, l'éloignement peut parfois s'avérer utile s'il prend la forme d'un petit espacement permettant de délimiter les blocs d'information. (Cf. Boucher, 2020, p. 47).

Une qualité ergonomique d'une plateforme permet de distinguer les critères *« d'efficacité, d'efficience et de satisfaction* ». À travers ces critères on peut vérifier par exemple si les maquettes graphiques et fonctionnelles sont bien agencées. Pour l'interface qui illustre les deux, on peut examiner si celle-ci présente une bonne hiérarchie visuelle avec une bonne organisation des formes et des couleurs, des zones de respiration (les espacements) (cf. Boucher, 2020, pp. 17,18 et 28).

Le plan ergonomique s'intéresse également au « *niveau interactif* » au moyen duquel on vérifie la manière dont les différents éléments du site invitent le visiteur à interagir avec le contenu (ibid., p.63). Les éléments d'interactivité concernent le plus souvent le web social : facebook, twitter, Instagram, YouTube qui traduisent une mise en visibilité des offres touristiques ; les dispositifs du web social connectés les uns aux autres favorisent la circulation des internautes au sein d'une architecture cohérente, et transforment même ces derniers en « ambassadeurs » de la promotion touristique, en associant leurs productions numériques à la valorisation du pays (cf. Jammet & Linder, 2019, p. 8).

Le critère « *d'utilisabilité et d'utilité* » qui rentre également dans les options ergonomiques concerne le confort d'utilisation du site qui reflète sa valeur ajoutée. L'utilisabilité concerne la capacité d'un site web à répondre aux besoins d'informations de l'utilisateur et l'utilité est relative à la capacité de la plateforme d'être utilisée à bon escient pour l'information recherchée (Tricot et Bastien, 2008, p.215) ; l'utilisabilité, elle seule, se reflète également à travers des traits de l'architecture du site faisant référence à la bonne organisation de son contenu lesquels sont : organisation claire des rubriques ; optimisation de la recherche de l'information à travers un moteur de recherche interne ; page d'accueil intuitive ou contre-intuitive ; rubricage trop dense pour très peu de contenu ; chemin de navigation trop long ; design vieillissant comportant des choix techniques dépassés (cf. Rouquette, 2017, pp. 87-88).

2.2.4.1.2 Le plan de contenu

Le plan du contenu s'intéresse à la méthode de présentation du site permettant son assimilation de manière fluide. Pour cela, un « *écosystème de communication territoriale et culturelle* » permet de vérifier si le site remplit sa fonction de faciliter l'accès et l'appropriation intellectuelle d'un patrimoine et s'il diffuse une image attractive d'une région touristique (Stockinger, 2017, p. 135) Ensuite, l'écosystème de communication territoriale et culturelle donne lieu à des analyses thématiques, narratives, rhétoriques et discursives qui sont des méthodes de recherche ciblées dans un contenu numérique qui permettent respectivement de dévoiler sa présentation générale, la posture de l'énonciation et du cadre énonciatif, les actes et les figures de rhétorique (ibid., p.143).

Le plan de contenu qui doit contenir un « *objet de référence* » concerne les stratégies mises en place par les concepteurs de la plateforme visant à anticiper les comportements des visiteurs potentiels en traçant des objectifs sur le type d'internautes visés, leurs besoins (supposés), leurs attentes programmées, la stratégie d'argumentation préconisée, la rubrique du site choisie pour être mise en avant plus que d'autres. Si les stratégies de l'objet de référence s'avèrent concluantes, cela donnera un contenu qui sera présenté à l'internaute dans le style de rédaction qui lui sied, avec plusieurs choix interactifs (transaction, visionnage, accès à un contenu de fidélité etc.) ainsi qu'une possibilité de choix de navigation (cf. Rouquette, 2017, pp.82-88).

Une « *rhétorique promotionnelle* » s'appuie, elle, sur la logique de la distinction du produit vanté. Elle concerne spécifiquement « *la portée du paysage textuel* » (ensemble d'interactions linguistiques avec des notions culturelles et la « performance scénique » c'est-à-dire que la performance du texte est évaluée par l'effet qu'il produit sur le lecteur, par l'accomplissement de son action autant qu'il est le « sujet même » de sa présentation.

2.2.4.1.3 Le plan multimodal

Le plan multimodal est un plan imagé, sonorisé et textualisé, il reflète une multiplicité des interactions verbo-iconiques qui mettent en valeur l'esthétique de la plateforme numérique et renforcent sa lisibilité étant donné que, fonctionnellement, toute page numérique utilitaire s'assimile facilement à travers l'ensemble de mises en forme les unes à côté des autres qui dessinent un tout (Boucher, 2020, p. 46). Pour Stockinger, l'expertise sémiotique d'un site web repose sur la cohérence de son contenu qui se reflète par des strates (modules d'affichage) ordonnées lesquelles renferment les thématiques développées du site. Les différentes strates qui constituent une présentation portant sur un objet de référence (région touristique) relié à un thème, un parcours syntagmatique, une expression verbale, une mise en scène, et à une réalisation médiatique (vidéo) (Stockinger, 2017, p.150), tout cet enchaînement est reconnaissable par celui qui consulte la plateforme sous forme d'une hyperréalité.

Il existe des situations de relations intersémiotiques où l'on peut avoir un topos spécifique qui souligne un univers de sens suffisamment attirant aux yeux du public concerné pour qu'il soit poussé à agir. La relation intersémiotique peut être exprimée différemment, cela dépend des variations de sens selon le type de l'image et de la rhétorique textuelle. Ces variations ont un impact sur le destinataire, sur ses attentes et sa volonté d'accepter ce contrat offert par la plateforme. (cf. Stockinger, 2017, p.149-150), c'est-à-dire la façon dont ses modalités d'énonciation donnent forme à un dispositif qui assigne une « place » et un « parcours » à la figure du destinataire qu'il élabore (cf. Jammet & Linder, 2019, p. 6).

Le plan multimodal peut par exemple privilégier la mise en valeur de l'identité, car elle constitue un élément incontournable dans l'univers du tourisme. Lorsqu'on consulte une plateforme touristique d'un pays, d'une métropole ou d'une région, il est important de ressentir à travers les ressources textuelles et iconiques déployées dans cette plateforme qu'ils représentent l'identité du pays visité (Amirou, Pauget, & Lenglet et al. 2011, p.89).

2.2.4.1.4 www.algeriatours.dz

La plateforme touristique « Algeriatours.dz » est la plateforme officielle de la promotion touristique en Algérie. Lancée en 2022 par le ministère du tourisme et de l'artisanat en remplacement d'une autre plateforme « visitalgeria.dz » créée en 2018 devenue obsolète à cause de l'échec d'une refonte du site et de l'absence d'un cycle d'amélioration continue à travers l'apport des microchangements. L'objectif du ministère du tourisme algérien à travers « *Algeriatours.dz* » est de mettre en place une vitrine pour le tourisme algérien qui réponde aux exigences du marketing virtuel à l'échelle mondiale et en ce sens, la voie numérique a été donc consacrée pour donner un avant-goût sur les vestiges du paysage algérien et de sa diversité.

Nous avons choisi de nous concentrer dans l'analyse du site, sur les principales ressources sémiotiques distribuées dans son interface et de voir si celles-ci sont suffisamment bien combinées pour construire un imaginaire touristique au moyen d'un contenu hyperréel et si, dans l'hypothèse d'une paratraduction de cette plateforme en plusieurs langues, le traducteur peut s'appuyer sur les ressources non verbales pour appliquer un tel concept.



Figure 71Plan d'accroche de la page d'accueil de la plateforme algeriatours.dz

La plateforme est construite sur huit modules d'affichage (strates), sept rubriques de services touristiques composent le premier module avec un plan d'accroche (cf. figure 71) (page d'accueil, circuits et sites touristiques, restauration, hôtellerie. Le plan d'accroche invite le visiteur à découvrir les principaux circuits touristiques du pays en proposant un menu dans lequel des circuits à thème (culturels, historiques, sahariens et balnéaires) sont à sélectionner.

Derrière le plan d'accroche, un système de défilement d'images en boucle semble renforcer le slogan traduit en français et en anglais :

Ara	اكتشفوا أجمل المواقع الأثرية وأروع المعالم السياحية وأجمل المناظر الخلابة في رحلات على مدار السنة.
Fra	Découvrez les plus beaux endroits, les meilleures attractions et les merveilleux voyages toute l'année.
Ang	Discover the most beautiful places, the best attractions and wonderful trips all year round.

Le slogan avec ses traductions correctes forme avec les images en mouvement et en arrière-plan, une homogénéité sémantique. On peut dire que l'on obtient à ce niveau une seule interaction verbo-iconique. Cependant, cette interaction pouvait être esthétiquement plus accentuée si les concepteurs avaient employé des images plus évocatrices, ou fantaisistes par rapport au but recherché, un tel exemple nous laisse perplexe quant à son adéquation au processus de paratraduction. En dépit de cette relation intersémiotique, le texte et les images en mouvement sont loin d'être complémentaires pour former un langage unidimensionnel au sens d'Albert Plécy (cf. *supra*, p.347). Les images, de par leur nature, ne semblent s'associer, dans le slogan, à aucune allusion verbale précise qui en traduirait de manière légitime leur pouvoir figuratif. Autrement dit, le slogan n'est pas assez métaphorisé ou puissant pour faire « parler » les images. Tout ce qu'on retiendra des occurrences « أروع المعالم » et « أجمل المناظر الخلابة » c'est qu'elles relèvent d'opérations déductives de lecture de l'image par décodage verbal, on peut donc se passer carrément du texte.

En ce qui concerne la stratégie de communication numérique, on constate que la plateforme se présente plutôt comme un inventaire ou un annuaire à travers l'indication de 380 circuits répartis sur 58 villes pour un total de 1147 lieux touristiques. Il s'agit là d'une erreur de stratégie, puisque l'on s'attend à trouver dans une plateforme un contenu relativement bref avec une argumentation qui allie mystère, curiosité, beauté et originalité. De plus, tout visiteur ne sera pas tenté de parcourir tous les circuits proposés à la manière de consultation d'un annuaire en ligne.

Sur le plan du contenu, les textes de présentation des villes et des circuits sont construits selon la progression thématique suivante : situation géographique, histoire et atouts de la région visitée. Cependant au niveau de l'énonciation, les stratégies d'argumentation qui devraient amorcer un rapprochement avec les visiteurs virtuels à travers les figures rhétoriques et les fonctions d'illocution et de perlocution sont peu nombreuses. Au niveau de l'affichage, le texte touristique est largement distancé de l'image qui l'accompagne et qui devrait lui servir de

paratexte – plus précisément son péritexte iconique – cet éloignement annihile leur interaction verbo-iconique et les deux exemples suivants permettent d'étayer notre constat :

Exemple 01 :

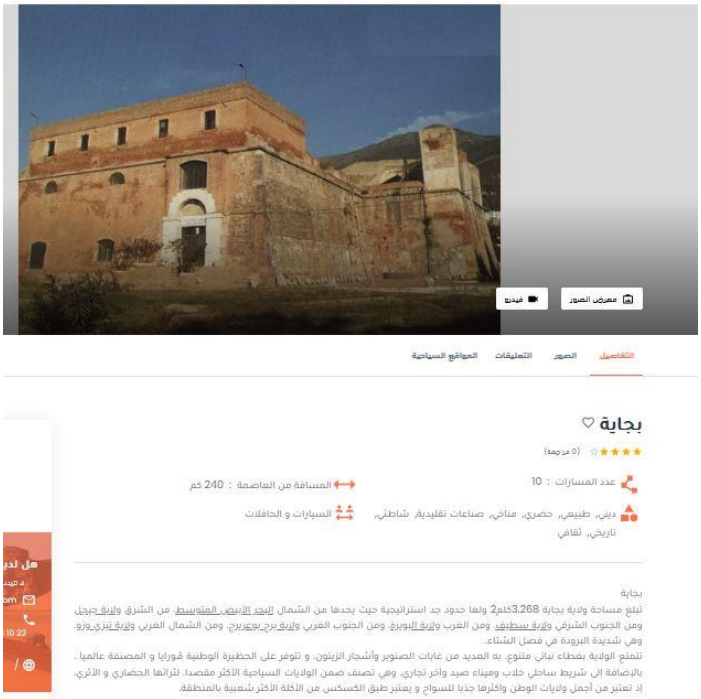


Figure 72 Texte introduisant la ville de Bejaïa (Algérie), source : algeriatours.dz

Ara	تبلغ مساحة ولاية بجاية 3.268 كلم2 ولها حدود جد استراتيجية حيث يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، من الشرق ولاية جيجل ومن الجنوب الشرقي ولاية سطيف، ومن الغرب ولاية البويرة، ومن الجنوب الغربي ولاية برج بوعريريج، ومن الشمال الغربي ولاية تيزي وزو، وهي شديدة البرودة في فصل الشتاء. تمتع الولاية بغطاء نباتي متنوع، به العديد من غابات الصنوبر وأشجار الزيتون، وتتوفر على الحظيرة الوطنية ڤورايا والمصنفة عالميا، بالإضافة إلى شريط ساحلي خلاب وميناء صيد وآخر تجاري، وهي تصنف ضمن الولايات السياحية الأكثر مقصدا، لثرائها الحضاري والأثري، إذ تعتبر من أجمل ولايات الوطن واكثرها جذبا للسواح ويعتبر طبق الكسكس من الأكلة الأكثر شعبية بالمنطقة.
Fra	~~Bejaia a une superficie~~ Couvrant une superficie de 3.268km2. Bejaia occupe une position stratégique, ~~bordée~~ Bordée au nord par la mer Méditerranée, à l'est par ~~la wilaya de Jijel~~ Jijel, au sud-est, ~~la wilaya de Sétif~~ par Sétif, à l'ouest par ~~e Brouira~~ Bouira, au sud-ouest par Bordj Bou Arreridj, et au nord-ouest par Tizi Ouzou. ~~Région très froide en hiver.~~ Réputée pour son hiver très froid ~~La wilaya~~ Bejaia possède un couvert végétal très dense, de nombreuses forêts de pins et d'oliviers. Elle dispose d'une réserve nationale classée mondialement ~~;~~ Gouraya, ~~en plus d'une~~ en tant que bande côtière pittoresque~~, d'un~~ surplombant ~~port de pêche et d'un port de commerce~~ un port multifonctionnel~~.~~ Bejaia ~~–~~est classée parmi les ~~wilayas~~ villes touristiques les plus visitées pour sa richesse culturelle et ses zones archéologiques. Elle est considérée comme l'une des plus belles régions du pays et ~~rcès attractif~~ très attractive pour les touristes. ~~Le couscous est le plat le plus populaire de la région.~~ On y déguste le couscous comme plat le plus populaire de la région.
Ang	Bejaia covers an area of 3,268km2. It ~~occupies~~ holds a strategic position, bordered to the north by the Mediterranean ~~Sea~~ sea, to the east by the province of Jijel, to the south-east by the

	province of Sétif, to the west by ~~Brouira~~ Bouira, to the south-west by Bordj Bou Arreridj, and to the north-west by Tizi Ouzou. The region is very cold in winter. ~~This province~~ Bejaia has a very dense landscape, with ~~numerous~~ plenty of pine and olive forests. It has a world-class national reserve, Gouraya, ~~as well as a~~ as it is a scenic coastal strip, ~~a fishing port and a commercial port~~ overlooking a multipurpose port. The province is ranked among the most visited tourist ~~wilayas~~ cities for its cultural ~~wealth~~ heritage as well as its archaeological areas. It is regarded as one of the most beautiful regions of the country and very appealing to tourists. Its most popular cuisine is Couscous.

Hormis les erreurs soulignées ci-dessous que nous avons corrigées, les versions anglaise et française du texte présentant la ville de Bejaïa sont plutôt correctes. Cependant, on remarque une absence totale de marqueurs du discours argumentatif censés illustrer l'attractivité de la ville, le texte est plutôt informatif et descriptif (distribution des éléments du réel dans l'espace hors du temps et transmission neutre d'information) et la photo placée au-dessus qui montre une ancienne bâtisse, celle du fort Moussa, n'apporte aucune valeur esthétique en tant que source d'argumentation de relais par rapport au contenu développé. (cf. figure 72).

Exemple 02 :



Figure 73 Texte introduisant la ville de Constantine,
source : algeriatours.dz

Ara	قسنطينة عبق الثقافة، أصالة العمران، معالم تناطح الزمان والمكان. قسنطينة السياحية، مدينة تتميز بسحر خاص مما جعلها من أهم وجهات السياحة في الجزائر، فهي قطب سياحي بامتياز لما تحتويه من مقومات سياحية وعرض سياحي ثري ومتنوع ممتد عبر الأزمنة والعصور، هي تلك المدينة المعلقة على ضفتي صخرين عتيقين ربطا بجسور زاوجت بين العراقة والأصالة والمقاومة من جهة وبين مفخرة النصر والتمدن والمعاصرة من جهة أخرى.

	هي مدينة تداولت عليها الحضارات لما يربو عن 2.500 سنة فتركت فيها آثارا زادت من عراقتها وامتدادها في التاريخ وعبر العصور، فهي ذلك المجلد الذي تجد فيه عند التنقل عبر صفحاته حكاية لكل موقع، مجلد بعنوان قسنطينة حكاية الزمان والمكان. هي مدينة تيديس الأثرية أو مدينة الأقادسة لكثرة الديانات والمعتقدات بها. هي المدينة العتيقة التي تعد إرثا معنويا وجماليا هاما وذلك من خلال بيوتها المسقوفة ومنازلها ذات الطراز المعماري المميز. هي مدينة الأسواق والسويقات والأزقة التي لا تزال إلى الآن تحمل اسم الأنشطة التجارية التي كانت تزاول فيها قبل وإبان الحقبة الاستعمارية كرحبة الصوف، رحبة الجمال، الجزارين، مقعد الحوت، فندق الزياتة، دار الدباغ .... إلخ، وهي الكهوف الأثرية التي تعود إلى عصور ما قبل التاريخ. هي ضريح ماسينيسا ذلك البرج المربع المشيد على شكل مدرجات وصفوف من الحجارة المنحوتة بصورة مستوحاة من الأسلوب الإغريقي البونيقي وهي الأقواس الرومانية الشاهدة على الحضارة الرومانية. هي زهرة الصناعات التقليدية التي تجد في كل بتلة من بتلاتها حرفة، تشكل في مجملها هوية سكانها، فهي قسنطينة النحاس، قسنطينة الألبسة التقليدية والنسيج، قسنطينة المالوف، قسنطينة الأطباق التقليدية الغنية بالأذواق، قسنطينة الورد والزهر المقطر... نعم يا سادة... إنها قسنطينة
Fra	Constantine, ~~le sens de la culture~~ senteur de culture diffuse, ~~l'authenticité de l'urbanisation~~ symbole d'un art architectural authentique, ~~les contours du temps et de l'espace~~ une ville magnifiée au fil des ères. Constantine ~~touristique ,~~ l'envoûtante, est une ville ~~caractérisée par son propre charme~~ au charme particulier, qu'il ~~l'a~~ la rend une des destinations touristiques les plus importantes d'Algérie. C'est un pôle touristique par excellence du fait de ~~ses potentielles touristiques~~ son potentiel touristique et ~~d'une offre touristique~~ de ses dotations factorielles aussi riches ~~et~~ que diversifiées qui ~~traverse~~ se prolongent au fil d~~l~~es époques et ~~les~~ des âges. C'est elle la ville suspendue sur les rives de deux ~~anciens~~ rochers reliés par des ponts qui ~~allient~~ concilient tradition, originalité et résistance d'une part, et fierté de la victoire, ~~urbanisation~~ urbanité et modernité d'autre part. ~~C'est une ville qui a vécu plusieurs civilisations depuis plus~~ Constantine existe depuis ~~de~~ 2500 ans et a connu plusieurs civilisations qui ont laissé~~es des traces~~leurs empreintes témoigner de sa noblesse et de son ancestralité ~~et son extension dans l'histoire et à travers les âges~~. ~~C'est ce~~ Elle est ce livre dans lequel ~~en naviguant à travers ses~~si vous vous aventurez, vous trouverez une histoire pour chaque ~~site~~ lieu ~~un livre~~, ce livre étant intitulé : Constantine l'histoire du temps et du lieu. ~~C'est la ville archéologique~~Elle est « Tidiss », la ville archéologique ou la ville des saints en raison du grand nombre de religions et de croyances qui s'y sont croisées. ~~La~~ C'est la vieille ville de Cirta, considérée comme un important patrimoine ~~moral~~ immatériel et esthétique, à travers ses maisons au style architectural distinctif. C'est la ville des marchés, des « souikats » et des ruelles qui portent encore le nom des activités commerciales qui s'y pratiquaient avant et pendant l'époque coloniale, comme « rahbet sof » (marché de la laine) « rahbet lejmel » (marché des chameaux) « El -jazarine (des bouchers) mak'âdd elhout (place du poisson), Foundok ezziata (des vendeurs d'huiles), Dar Al-Dabbagh (maison de la maroquinerie) etc. C'est la ville des grottes archéologiques qui remontent à la préhistoire. C'est ~~le tombeau de~~ la ville où repose Masinissa, cette tour carrée construite en forme de terrasses et de rangées de pierres sculptées dans une image inspirée du style gréco-punique, et les arcs romains témoignent de la civilisation romaine... Elle est ce joyau de l'artisanat aux éclats multiples et colorés qui font jaillir ses métiers divers telle une floppée de couleurs flamboyantes qui reflètent dans une mosaïque l'identité de sa population, c'est Constantine, ville du cuivre, ville d'habits traditionnels, ville du métier à tisser, ville du malouf, de gourmandise traditionnelle copieuse, ville des roses et de leurs nectars. Oui, messieurs... c'est Constantine !
Ang	Constantine, ~~cultural flair~~ is of uplifting cultural scent, ~~authenticity of urbanization~~ a symbol of authenticity and urban remarkable style, ~~contours of time and space~~ crafted by time and space.

	Constantine is a charming city, characterized by its own unique appeal, which has made it one of the most ~~significant~~ relevant ~~tourist~~ destinations in Algeria. It is ~~a tourist pole par excellence~~ therefore an ideal place for tourism ~~because of~~ thanks to its ~~tourist~~ rich potential, ~~a~~ its and diversified welfare conditions and welcoming offers ~~tourist offer which crosses the times and the ages~~inherited since ages. It is thate city suspended on ~~the banks of~~ two ~~ancient~~ rocks linked by bridges which combine tradition, originality and resistance on the one hand, and pride of victory, ~~urbanisation~~ urbanity and modernity on the other. It is a city that has experienced several civilizations over the last 2500 years, leaving traces that have increased its nobility and extended it ~~extension~~ in history and through the ages. It is ~~this~~ that book in which, ~~as you~~ if ~~browse through its pages~~ you go wandering through its pages, you will find a story for each ~~site~~ place, a book that may be entitled Constantine: ~~the~~ a history of time and space. It is the archaeological city "Tidiss" or the city of saints because of the great number of religions and beliefs that have crossed there. ~~The~~ It is the old town of Cirta, considered as an important moral and aesthetic heritage, through its houses with a distinctive architectural style. It is the city of markets, called "souikats" and alleys that still bear the names of the commercial activities that took place there before and during the colonial period, such as "rahbet sof" (wool market), "rahbet lejmel" (camel market), "El -jazarine" (of the woodsheds), "mak'âdd elhout" (fish square), "Foundok ezziata" (oil sellers), "Dar Al-Dabbagh" (house of leatherwork), etc. It is the city of archaeological caves dating back to prehistoric times. It is the tomb of Masinissa, a square tower built in the form of terraces and rows of stones carved in an image inspired by the Greco-Punic style, and the Roman arches bear witness to the Roman civilisation... It is the stronghold of handicrafts in which you may encounter such a crafty hands reflecting genuinely the population's identity, its Constantine, home of copper, of traditional dress, of weaving loom, of Malouf, of traditional tasty food, and of roses and their nectars. Indeed, ~~ladies and~~ gentlemen... This is Constantine!

Dans cet exemple, le texte original et ses versions construisent parfaitement l'imaginaire de la ville de Constantine. Hormis les erreurs de traduction que l'on a corrigées à certains endroits et reformulées à d'autres, on sent à travers la lecture du texte original qu'un tableau dépeignant Constantine se profile devant nous du fait de l'usage remarqué de la rhétorique promotionnelle qui préconise un rapprochement avec le lecteur en l'impliquant dans la scène d'énonciation. Concrètement, l'auteur déploie un pathos visant à isoler la perfection théâtrale de son sujet et de réveiller l'attention du lecteur, et l'image affichée au-dessus du texte (cf. figure 73) devrait renforcer le charme du texte par son métalangage sauf qu'il en est autrement. L'image reste accrochée au-dessus du texte comme une infime légende dont l'interprétation univoque mène à dire qu'elle n'est pas un péritexte iconique et, de ce fait, elle est dépourvue d'effet émotionnel que l'on puisse joindre à celui du texte. De l'autre côté, on ne retrouve dans le texte aucun énoncé de mise en relation intersémiotique pouvant se référer à l'image-légende. Nous estimons que la proximité de l'image dotée d'un rendu plus artistique forçant l'interprétation à la frontière textuelle aurait permis de construire un imaginaire commun entre le texte en tant qu'élément verbal et l'image en tant qu'élément non-verbal, étant donné que *« la périphérie iconique au seuil d'un texte oriente l'activité de traduction vers la paratraduction, on ne traduira pas de la même façon un pur texte, qu'un texte à péritexte iconique (…) »* (cf. Yuste Frías, 2010, p. 297). L'historien français Gérard Labrot dans son étude sur l'image de Rome laisse entendre que la

complémentarité de l'image et du texte, lorsqu'il s'agit d'une description d'une ville ayant un poids historique énorme, serait quasi-fusionnelle : « *textes et images ne tirent nullement à hue à et dia, mais convergent en obéissance, comme si de mystérieux formants situés dans le nom et la matière de Rome abolissaient au niveau du sens, à l'ultime instant, les différenciations techniques* » (Labrot, 1987, p. 24). Par conséquent, les deux exemples ci-dessus sont édifiants pour démontrer que les éléments textuels et iconiques, au vu de leur éloignement dans l'espace de l'écran ne peuvent conduire à un processus de paratraduction.

La plateforme, même si elle reste bien fournie en informations touristiques, semble plutôt être un portail numérique dont le rôle consiste à diffuser des informations sur le patrimoine et sur le tourisme. L'analyse iconographique de ses images nous a permis de constater qu'elles n'ont pas vraiment un rôle à jouer sur le plan interprétatif, elles sont toutes des images légendes et n'ont aucun rapport avec leurs textes respectifs.

Sur le plan ergonomique, certaines rubriques contiennent des textes longs et condensés pouvant conduire au désintérêt du lecteur ; la plateforme est également dépourvue d'une interface design de qualité pouvant mettre en évidence un système symbolique lequel porte dans bien des cas un implicite culturel qui influence l'interaction verbo-iconique. De plus, le système symbolique qui devrait faire partie de la base du décor des plateformes touristiques mondiales et qu'on insère le plus souvent comme arrière-plan dans l'interface, fait partie de la scène d'énonciation (particulièrement générique) expliquée par Dominique Maingueneau, c'est un référent culturel qui accompagne dès le début le visiteur du site dans sa visite et procure plus de force à son expérience ; l'absence du système symbolique dans notre plateforme est donc un défaut esthétique considérable qui diminue son attractivité. Enfin, sur le plan interactif, nous avons repéré des anomalies techniques sur les rubriques de renvoi aux réseaux sociaux. Pourtant, ces rubriques dont le rôle consiste à prolonger l'expérience de visite virtuelle en invitant le visiteur à prendre contact avec des organismes culturels, touristiques, ou avec des associations ou même avec le public aspirant à des aventures communes, sont curieusement inaccessibles et à ce stade il s'agit d'une erreur de communication.

2.2.4.1.5 www.visitmorocco.com

En tant que plateforme officielle de visite touristique virtuelle du Maroc, « www.visitmorocco.com » est une propriété de l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT). La plateforme est construite sur une base d'affichage en sept modules rectangulaires bien délimités par une navigation fluide du haut en bas de la page d'accueil. Chaque module se distingue par des contenus, textuel, iconique et audiovisuel. Au niveau du premier module, six rubriques permettent d'explorer le contenu entier de la plateforme. L'interface design contient

un système symbolique composé d'un code chromatique qui se renouvelle en défilant vers le bas et un symbole sous forme d'une porte en arcade en fer à cheval qui fait référence à l'architecture mauresque, la décoration de ce signe est complétée de petits traits multidirectionnels.

Le rubricage principal en haut de l'écran dévoile tout le plan de communication de la plateforme lequel est articulé autour du mot *« expérience ».* Ce mot couvre le circuit général de visite des villes marocaines, ainsi que les idées suggérées pour les parcours de visite et les informations pratiques motivantes, puis le contenu relatif à la gastronomie et au shopping complète le panorama complet de visite en ligne.

Côté onomastique, vingt villes sont sélectionnées selon leurs positions géographiques respectives pour refléter leurs performances dans un type de tourisme particulier. En ce sens, pour l'imaginaire des médinas et du patrimoine culturel l'on a des villes comme Fès, Meknès, Rabat et Marrakech. Pour l'aventure et la découverte de l'arrière-pays, l'on a Chefchaouen, Azilal, Ifrène et Ouarzazate ; le tourisme balnéaire incluant les sports nautiques est représenté par des villes comme Casablanca, Tanger, Tétouan, Essaouira-Mogador et Saïdia. On peut considérer ces villes, à travers la manière dont elles sont introduites dans le dispositif d'énonciation numérique, comme ambassadrices de leurs espaces respectifs. Accompagnées de lots de photographies dans la rubrique « destination », elles enclenchent chez le e-visiteur un langage émotionnel qui s'articule avec le texte qui l'accompagne pour former une polyphonie qui pénètre l'univers psychique du lecteur et participe pleinement à la construction de son agir. Par conséquent, textes et images de par leur relation intersémiotique remplissent parfaitement leur fonction de stimulation de l'envie de visiter la destination par l'immersion. Comme on le voit à travers l'exemple ci-dessous (cf. figure 73), le texte qui représente la dimension verbale se caractérise par des énoncés soulignant des illocutions et des perlocutions à travers l'usage des procédés discursifs – notamment des verbes performatifs – qui placent le lecteur au centre



Figure 74 Relation intersémiotique mettant en valeur un contenu argumentatif, source : visitmorroco.com

de la scène de communication (cf. tableau ci-dessous) et le tout s'opère en fonction des données situationnelles qui délimitent les contraintes argumentatives tenant à l'ancrage spatio-temporel.

Laissez-vous envoûter par le saphir marocain !	انطلق، واستمتع بسحر بحر الياقوت في المغرب.	Fonction illocutoire
Comment ***ne pas tomber sous le charme*** des paysages naturels de Chefchaouen ?	كيف لا يمكن أن تُسحر بهذه المناظر؟	Fonction perlocutoire
Les passionnés de randonnées ***jouiront*** de multiples parcours	سوف يُدهش هواة المشي بالمسارات المتنوعة؟	Fonction perlocutoire
Vos pupilles ***s'illumineront*** avec le célèbre pont Dieu	سوف تندهش عند الجسر الإلهي الشهير…	Fonction perlocutoire
Les mélodies composées par l'eau ***vous apaiseront***	ابحث عن السلوان في الألحان التي تقدمها شلالات شيرافات	Fonction perlocutoire(fra) → illocutoire (ara)
La ***côte*** vous fera découvrir les plages…	سيكون عشاق المياه سعداء أيضا لأن هنا ساحل البحر الأبيض المتوسط	Fonction perlocutoire (fra) → scène extérieure au lecteur (ara)

L'instance énonciatrice ne se contente pas seulement de donner des informations mais structure son argumentation entre deux arguments forts (le titre au début) et une assertion conclusive[83] vers la fin « *Laissez-vous emporter par le saphir marocain* !» ; l'interrogation qui suit le titre « *Comment ne pas tomber sous le charme de Chefchaouen ?* » vise à capter l'attention du lecteur dès le début, c'est un marqueur discursif qui sert à la fois comme contre-argument et comme une base de déclenchement d'une série d'arguments qui dessinent un itinéraire touristique à travers une lecture orientée. L'image entretient avec le texte un rapport de redondance dans la mesure où l'on peut l'associer avec celui-ci à travers le segment « *dans cette ville aux allures de décor de game of thrones* », le démonstratif « cette » est un marqueur discursif qui nous permet d'interpréter l'image comme cadre iconique de présentation ; le décor mentionné dans le texte est complété par des expressions comme « *massif montagneux qui passionne les randonneurs par de multiples parcours et le pont Dieu qui illumine les pupilles* ». On peut l'associer également au rayonnement du soleil et la vue imposante de la montagne.

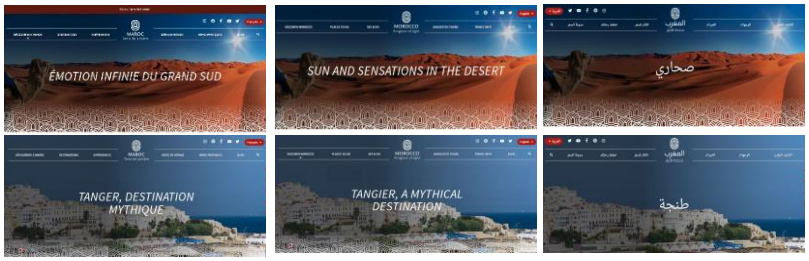


Figure 75 Interaction iconique texte-image dans un contenu touristique, source : visitmorocco.com

[83] On peut la décrire comme une signature qui clôt l'argumentation par un haussement à travers la rhétorique.

Les titres qui accompagnent les images et les textes dans cette plateforme ont un rôle prépondérant, ils peuvent être considérés comme des traits-d'union entre les dimensions verbale et iconique. Si la stratégie argumentative est basée sur la promotion de la diversité du paysage, dans les rubriques [*destination*], [*expérience*], [*découvrir le Maroc*], les titres de chaque ville ou d'un thème touristique concernés par une panoplie de villes (ex. rubriques des médinas, nature, sport, plage, gastronomie) se caractérisent par des indices forts de leur ancrage dans les espaces touristiques qu'ils promeuvent ; les images placées derrière eux comme arrière-plans jouent sont des péritextes iconiques qui les font articuler dans un dispositif (ex, la page-écran) conçu comme un ensemble d'éléments agencés pour un but précis.

Les exemples de la figure 75 renforcent notre point de vue. Les titres en français et anglais forment, au niveau du sens, une complémentarité avec les images en arrière-plan. Sur le plan interprétatif, le titre français semble réunir dans « *l'émotion infinie* » la sensation inoubliable que procure une méharée au milieu d'un vastissime territoire saharien sous un ciel bleu azur et le titre anglais suit la même logique en mettant le soleil comme source de ladite émotion dans un rapport de conséquence (ou de condition) « *Sun and sensations in the desert* », il représente le reflet du décor du paysage saharien. Cependant, dans la version arabe, on se contente d'une traduction par un seul mot « الصحاري » que nous remplacerons par procédé paratraductif en nous inspirant de l'image : « جولة الصحراء، متعة لا تفنى ». Pour l'exemple qui suit, on vante la beauté de Tanger par rapport à son ancienneté, sa position géographique qui la rend incontournable puisqu'elle attire les artistes, sportifs, industriels, et son statut économique qui justifient l'emploi en forme adjectivale des titres anglais et français : « *destination mythique* », « *Mythical destination* ». La version en arabe étant encore une fois incomplète, nous la remplaçons par le titre suivant :« الساحلية العتيقة ».

En poursuivant l'analyse de cette plateforme, nous avons décidé de nous concentrer sur deux scènes d'énonciation pour tenter de placer une hypothèse de paratraduction. Pour la première

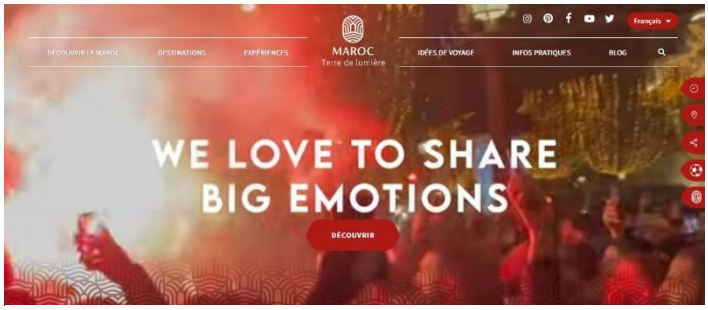


Figure 76 Illustration d'une scène avec texte, source : www.visitmorocco.com

situation, dès qu'on accède à la plateforme, le ton argumentatif est donné par le plan d'accroche situé dans le premier module d'affichage qui fait démarrer une séquence vidéo [84] instantanément ; celle-ci nous invite à explorer le pays à travers plusieurs scènes et plans-séquence, les images de la séquence s'enchaînent assez rapidement avec une mise en avant des vestiges du royaume et l'on voit défiler des paysages, des monuments, des couleurs identitaires, célébrations culturelles et sportives. La séquence est agrémentée par un texte: *« we dream big, we vibe with the whole world, we love to share big emotions, passion makes us to do amazing things that shine the light of Morocco the kingdom of light, so come to live it in Morocco* ». Mais ce texte est divisé en petits syntagmes verbaux (intra-écraniques) afin que chacun d'eux puisse servir de slogan pour une scène avec un décor particulier (figure 76).

Le contexte de la séquence nous renvoie aux célébrations qui ont lieu au Maroc suite au parcours historique de l'équipe nationale du Maroc à la coupe du monde de la FIFA Qatar 2022.

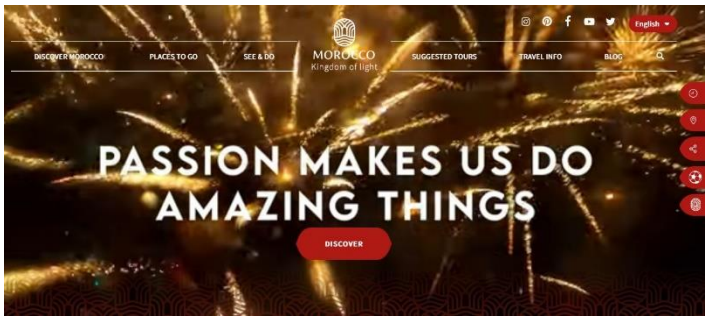


Figure 77 deuxième illustration intersémiotique, source : www.visitmorocco.com

Le modèle festif sert d'appui à la rhétorique promotionnelle au moyen duquel on exporte aux yeux des visiteurs un ailleurs séduisant avec des images et des mots qui dotent la destination Maroc d'un désir fusionnel et personnel comme en témoigne une autre illustration tirée de la même séquence (figure 77).

Le texte de la vidéo d'accroche en anglais n'est pas traduit (malgré la localisation de la plateforme en dix langues), cela nous a permis de proposer des pistes de traduction en application du concept de paratraduction.

La séquence se présente comme une chaîne scriptovisuelle et en partant du fait qu'on a des images artificielles qui se lisent sur trois niveaux de communication : intraiconique (à travers l'observation de la manière dont ses constituants sont distribués), intericonique (par approche

[84] Segment filmique autonome qui développe une action donnée ou décrit une situation donnée dans un espace et un temps diététiquement déterminé, leurs dimensions spatiale et temporelle ne constituent pas des unités matérielles « réelles » nécessairement continues ; l'action d'une séquence se déroule dans différents espaces qui dessinent un monde dans lequel on ne peut entrer qu'en imagination (cf. Tazi, 1997, pp. 14-15).

contrastive avec d'autres images) et extraiconique (par comparaison avec d'autres sources sémiotiques comme les textes et les symboles), le traducteur active sa compétence de lecture iconique des images pour trouver un sens commun entre elles et le texte qui les accompagne.

Nous pouvons analyser cette séquence par deux méthodes. Nous empruntons, pour la première, à Roland Barthes, sa lecture par décomposition et recomposition du support d'analyse comme il l'a démontré dans son article *« rhétorique de l'image »* autour du phénomène publicitaire (cf. Barthes, 1964, pp. 40-43). À ce propos, on peut dire que les images, de par leur enchainement, sont intentionnelles, leurs signes continus sont agencés pour une meilleure lecture car ils mettent en valeur un savoir global pénétré de valeurs euphoriques qui émane des usages de la culture.

La séquence exprime trois messages : « *linguistique, iconique codé et iconique sans code »*. Pour notre cas, le message linguistique est clairement défini par le texte fragmenté couvrant toute la chaîne scriptovisuelle ; le message iconique codé, s'obtient par interprétation des signes dans la manière dont ils se manifestent avec une association de savoirs externes : culturel, civilisationnel, technique etc., Barthes l'appelle également le *« message symbolique »*; le message iconique ou *« message littéral »* s'obtient par une duplication de ce qu'on voit, sa lecture ne nécessite d'autre savoir que celui qui est rattaché à notre perception et, en l'espèce, il s'agit du savoir anthropologique. Barthes explique ensuite, que l'articulation de ces trois messages est supportée par les fonctions d'ancrage et de relais (ibid., p.44-45). Pour le couple texte-image, *« l'ancrage »* – en tant que *starting block* de lecture – permet d'identifier les éléments d'une scène (scène d'énonciation), il fournit une description dénotée des images qui met le lecteur dans le parcours d'un bon niveau de perception en accommodant le regard et la pensée. Au niveau symbolique, l'ancrage guide l'interprétation et délimite ses débordements (c'est-à-dire qu'il diminue l'excès des connotations et régule le pouvoir figuratif de l'image). Le texte, de cette manière, a pour fonction d'élucider le sens de manière sélective, il dirige le lecteur entre les signifiés de l'image vers un sens choisi à l'avance. *« Le relais »* exprime un rapport de complémentarité entre l'image et le texte de sorte que la réception du sens dépend du va-et - vient entre les deux. Autrement dit, chaque élément illustre par sa nature propre une valeur sémantique introuvable dans l'autre élément.

Suivant les explications de Roland Barthes, la séquence vidéo dégage une *« chaîne flottante de signifiés »* renvoyant respectivement à l'euphorie représentée par les scènes des rassemblements festifs ; aux vestiges du pays (plage, couleurs, patrimoine monumental) dont les scènes à plusieurs décors permettent de stimuler en permanence l'intérêt du touriste et aux lumières multiples qui accompagnent l'expérience du voyage en immersion, ainsi l'on a le scintillement

des feux d'artifice, l'éclat des couleurs, de la lumière crépusculaire, celle de l'aube et du désert et des monuments, d'un autre côté, le caractère typographique du texte en blanc lumineux fait partie du jeu. Le symbole inséré dans la scène de clôture peut être interprété comme un signe de bienvenue d'une marque labelisée accompagnant le segment *« come live it in Morocco »*, dont on peut interpréter la relation comme une invitation à une cérémonie ou à un bal et qu'à peine le seuil franchi, le visiteur ou l'invité sera fasciné par les lumières d'intérieur.

Pour la traduction deux choix s'offrent à nous. Premièrement, étant donné que le texte, de par la fonction d'ancrage limite l'éparpillement interprétatif, on optera pour les équivalences suivantes :

Ara «حلمنا كبير، فلنرقص والعالم على إيقاع واحد ونتقاسم الأفراح الكبرى، شغفنا يدفعنا إلى تحقيق أشياء عجيبة تعكس أضواء المغرب، أرض الأنوار تجلبك حيث ما كنت».

Fra « Nous rêvons plus fort et faisons vibrer le monde à notre rythme, nous partageons nos émotions fortes, la passion nous donne des ailes pour accomplir des choses merveilleuses qui reflètent la magie du Maroc, terre de lumière qui n'attend que vous ».

Deuxièmement, on peut partir des trois dernières scènes pour justifier de la possibilité d'application du concept de paratraduction où les images en tant que *« péritextes iconiques »* ont clairement leur influence. De ce fait, notre paratraduction sera construite autour des mots *« passion », « shine the light », « kingdom of light »*, le reste est complété par une interprétation des images :

Nous avons pris comme deuxième champ d'analyse une rubrique particulière mettant en

Ara «نعبر عن شغفنا بألوان من ذهب فتعكس جمال المغرب... وجهتك. مملكة الأنوار تجعلك تأتي إليها لتستمتع بأضوائها».

Fra « Notre passion étincelante monte au ciel et le fait briller de mille feux qui illuminent le Maroc, royaume des lumières qui vous réserve tant d'émerveillements ».

valeur la destination du Maroc (cf. figure 78). Le slogan *« Kingdom of light »* reflète tous les

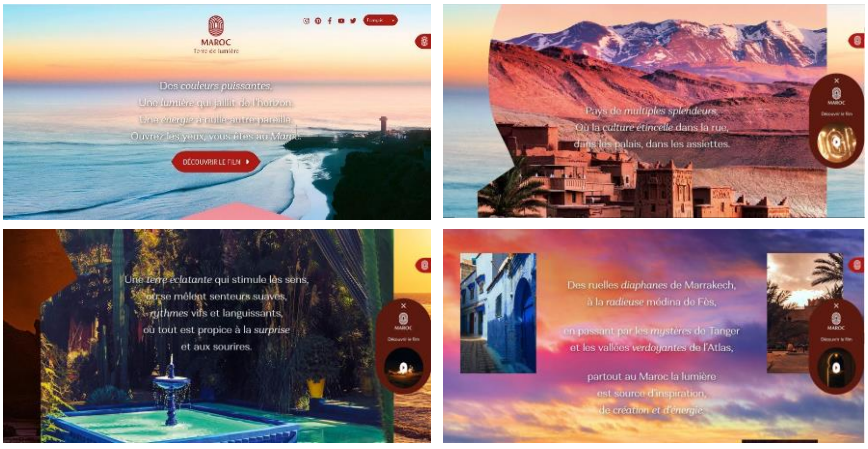


Figure 78 Rubrique du label Morocco Kingdom of light, source: www.visitmorocco.com

indices d'une création d'une marque labellisée. Le logo est distinctif et reflète de manière minutieuse quelques facettes du paysage marocain, la couleur ocre témoigne de son patrimoine monumental, de son identité et de ses vestiges naturels. La rubrique estampillée *« Morocco Kingdom of light »* est construite sur sept modules aux arrière-plans multiples avec une argumentation textuelle. Cette page particulière permet une lecture mobile et dynamique, les textes et les images se présentent à nous comme de véritables miroirs du pays. En ce qui concerne la transposition linguistique, le contenu est traduit en anglais et en français.

Comme on l'a vu dans l'exemple précédent, le texte de par la fonction d'ancrage limite le débordement interprétatif, mais si l'on observe bien les images de tous les modules, on découvre que certaines zones contiennent des détails subtils qui ont leur influence dans le texte. Fernande Saint-Martin, explique par ce qu'elle appelle, un colorème, toute quantité colorée posée sur une surface palpable ou réfléchie dans un espace ouvert (photo capturée) qui occupe suffisamment notre champ visuel pour que nous puissions la remarquer par centration perceptive. En tant qu'unité de base de langage visuel, le colorème se compose d'une couche centrale, dense, compacte et de couches périphériques moins denses, moins claires et plus diffuses (cf. Saint-Martin, 1994, pp. 6-7-8). Pour notre exemple, on peut considérer la couleur ocre comme colorème étant donné qu'elle est manifestée sous forme de couches rougeâtres à travers toute la rubrique.

Dans le premier module, la position du nomade (à droite de l'écran) oriente la lecture de l'image, ce dernier semble contempler avec admiration son habitat et le désert vaste « ocre » sous le reflet de la lumière du crépuscule qui serait source d'énergie et d'inspiration comme on peut le lire manifestement dans le texte. Au troisième module, le segment « *une jeunesse rayonnante* » peut être associé à la performance artistique et à la fougue de la jeunesse illustrées en fenêtres cliquables à droite et à gauche. Au quatrième module, le paysage crépusculaire et le décor intérieur du Riad se mêlent pour renforcer tout le segment « *une terre éclatante qui stimule les sens, où se mêlent senteurs suaves, rythmes vifs et languissants, où tout est propice à la surprise et aux sourires* » qui connote une tradition d'accueil chaleureuse et originale. Dans le cinquième module on a quatre photographies dans les quatre coins de l'écran entourant le texte qui envoient un message de diversité des paysages touristiques marocains. Le message photographique se mêle à la lumière crépusculaire apaisante et au désert imposant (de la même couleur) pour symboliser à la fois la beauté de l'espace et l'identité de son peuple. On obtient du « tout » une lecture symbolique qui est « la » source d'inspiration, de création et d'énergie.

La version arabe que nous proposons ci-dessous est inspirée à la fois de la lecture iconique (c'est-à-dire de signifiés des images) et des deux versions française et anglaise. Nous essayons

à travers cette stratégie d'envisager un processus hybride de traduction issue d'une interprétation tirée de deux systèmes différents.

Ara افتح عينيك إنك بالمغرب حيث يقبل اليك ضوء ساحر مفعما بألوان قوية اللهجة من الأفق الشاسع فيغمرك نشاط لم تشعر به من قبل.
بلد تنوعت روائعه من ثقافة لامعة تغمر الأحياء والقصور والأطباق، وفنانين وشباب متألقين في ربوع المغرب العربي وفي العالم ومن حسن عيش وابتكار، حيث كل ضوء من أضوائه ملهم.
أرض براقة تهز الحواس وفي وسط فضاء رحب تختلط الروائح السخية بأنغام الطبيعة الرقيقة حيث كل شيء مهيئ لحسن الترحيب والمفاجأة السارة.
من الزنقات المراكشية المزينة بأشعة الضياء المتسربة إلى فاس ذات الملاح الباهية مرورا بطنجة الساحرة. المغرب موطن الأنوار حيثما اتجهت ستجدها مصدر إلهام ونشاط.

Si on revient au premier module, l'interprétation de l'image nous mène à dire encore une fois que ce qui unit l'expression verbale à l'expression iconique c'est le positionnement du nomade dans la photographie, c'est lui qui s'exprime dans l'image et inversement, il se manifeste dans le texte à travers le haussement du ton dans le segment « *ouvrez les yeux, vous êtes au Maroc !* », autrement dit, il appelle le lecteur à l'intérieur de son monde, à se mettre à côté de lui pour contempler le paysage et la force de la lumière, le segment ci-dessus acquiert alors plus de force persuasive. À travers notre lecture paralinguistique, on transforme la chose inanimée en acteur clé qui déclenche subitement tout le processus de compréhension du texte et de l'image en même temps et ça rend légitime l'application du concept de paratraduction.

Au cinquième module (cf. figure 79) le déplacement du texte de haut en bas à l'intérieur de l'image et son positionnement à proximité de certaines zones de lecture de l'image conduiraient à changer de méthode paratraduction. Si on le laisse en haut de l'image, rien ne nous empêche de garder notre première paratraduction qui s'inscrit d'une part dans la même logique argumentative dans les autres versions et d'autre part, à travers la position culminante du texte, on décrit une atmosphère générale des constituants de l'image. Cependant si on place le texte

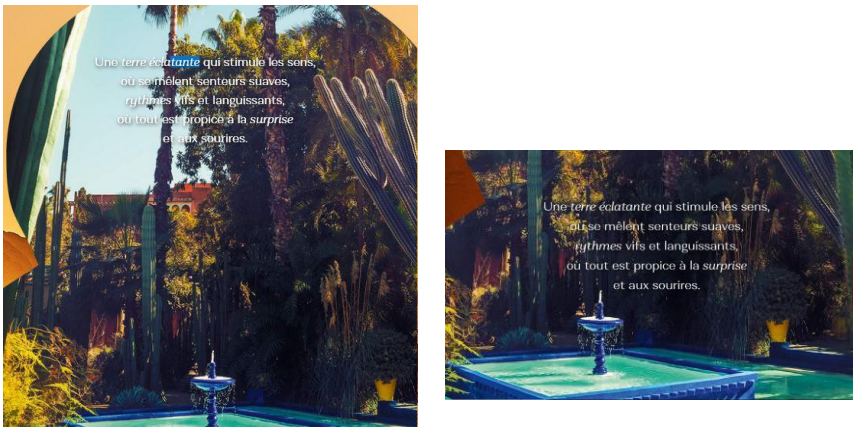


Figure 79 Exemple de paratraduction de la rubrique kingdom of light, source : visitmorocco.com

à côté d'un signifiant visuel particulier, la frontière verbale et iconique dans une zone particulière de l'image sera mise en évidence et celle-ci créera une nouvelle façon d'interpréter l'image et le texte étant donné que pour tout lecteur averti, ce nouveau positionnement n'est pas anodin, il invite le regardeur à miroiter la saveur particulière d'un endroit précis de l'espace promu à travers une lecture immersive. De ce fait, on changera donc notre paratraduction :

«أرض براقة طالما عُرفت بفضاءات تختلط بها عطور البساتين بسهام المياه العذبة المنبعثة من ينابيع الترحيب».

La lecture paratraductive qui s'appuie donc sur la décomposition des constituants du document numérique (textes, symboles images, vidéos) de la plateforme visitmorocco puis leur recomposition pour comprendre leur interaction et leur influence sur le processus de traduction nous a permis de relever plusieurs situations à travers lesquelles tous les éléments permettant de vendre la destination du Maroc sont présents. La plateforme réunit tous les critères d'une plateforme touristique internationale de qualité. Le système symbolique représenté par le logo incarne la marque de fabrique du pays. Présent à tous les endroits sous plusieurs formes, le logo et le slogan kingdom of light redéfinissent le Maroc comme une destination moderne, qui inspire le gout de l'aventure et l'imagination ; une telle originalité se reflète également par le foisonnement de la diversité culturelle et paysagère mise en valeur à travers le prisme de l'iconographie, les images de la plateforme introduisant l'art culinaire, les médinas, les produits cosmétiques, les lieux de divertissement, de pratique de sport et d'aventure etc. pèsent lourdement sur la représentation de la destination, et, de par leurs fonctionnalités (cadrage sophistiqué, stratégie esthétique fantaisiste, couleurs vivifiantes etc.) contribuent grandement à la compréhension de la genèse et de la dissémination massive d'un imaginaire touristique. Enfin, les extraits vidéos sont des micro-réalités capturées, magnifiées pour marquer le ton de l'hyperréalité.

3 Paratraduire le guide touristique

Le guide touristique en tant que support de lecture en format papier est le fidèle compagnon du touriste durant ses périples et ce en dépit de la prolifération des supports numériques qui ne cessent de se développer avec des approches de plus en plus innovantes ; le fait que plusieurs amateurs de voyage continuent toujours à se le procurer (particulièrement les séniors) comme source d'information favorite, qu'ils le mettent sous le bras pendant leurs balades, qu'ils continuent à le feuilleter, à le parcourir de bout en bout, cela procure une sensation particulière et aide à conserver en particulier la bonne ambiance traditionnelle du voyage.

Fort de son caractère ancestral, le guide touristique fait partie des dispositifs exotextuels dont la fonction principale consiste à informer sur les offres touristiques. Néanmoins, ce support a

connu également une révolution technologique dans la mesure où il est désormais disponible à la lecture en ligne sur des « liseuses » ou téléchargeable sous plusieurs formats (pdf, epub…). Cette révolution numérique qui a entraîné le guide touristique ainsi que tous les supports de lecture « *physiques* » vers une technologisation globale de la vie de tous les jours vise premièrement à pérenniser sa longévité puisqu'il sera toujours « *visible* » économiquement parlant, et deuxièmement, à le « réinventer » sur le plan social en matière d'accès et de consommation ; par réinvention on entend par exemple que des guides comme « *lonely planet* » et « *Le guide Michelin* », qui étaient originellement des petits livrets, sont convertis aujourd'hui en applications numériques sur des supports de lecture nomades (téléphones mobiles, tablettes, laptops etc.).

Pour ce qui est de notre cas d'étude, la situation du guide touristique en Algérie est malheureusement loin de ces manœuvres innovantes. Il est entraîné dans la problématique du bilinguisme incontrôlé et il n'y a pas un consensus ou un plan qualité sur lesquels on se base pour mettre en place une politique claire à propos de l'usage des langues pour la promotion du tourisme. Le site internet du Touring Club Algérie, n'est, non seulement pas localisé, mais il est uniquement consultable en français, alors que logiquement, il devrait être consultable en arabe comme langue officielle du pays, puis à la rigueur, traduit en français et éventuellement en anglais. Nous avons également constaté que certains guides régionaux, et notamment ceux que nous avons collectés à la direction du tourisme et de l'artisanat de Tlemcen remontent à 2011, c'est-à-dire à l'année de présentation de Tlemcen comme capitale culturelle islamique (cf. figure 80). Sur le plan contenu, ces supports, soit entièrement en français soit entièrement en arabe. Sur le plan éditorial, ils mettent en exergue des activités culturelles régionales ou des activités de coopération avec d'autres pays dans les domaines du théâtre, musique, arts plastiques, us et coutumes etc. Par conséquent, le phénomène culturel est bien présent, mais aucune valorisation du territoire n'est présentée. À l'échelle internationale, cela démontre un



Figure 80 Exemples de supports de communication culturelle, imad Errouane 2022

énorme défaut d'éditorialisation chez les acteurs et exploitants du tourisme, un défaut qui n'est pas sans conséquences sur la traduction.

En proposant des exercices de paratraduction d'un guide algérien que nous présenterons ci-dessous, nous nous sommes inspirés des « *inflights* » ou ce qu'on appelle « *les magazines embarqués* ». Ce sont des guides édités par les compagnies aériennes dans l'objectif de promouvoir les destinations qu'elles desservent. Les inflights ainsi que d'autres supports du même type tels que les « *in-cars magazines* » ou les « *in-trains magazines* » sont disponibles dans les aires à vocations touristiques (musées, parcs nationaux etc.) ou dans les espaces multimodaux (aéroport, gares routière et ferroviaire…), sont intégrés à un pack complet de services et font l'objet de stratégies de marketing très pragmatiques. Supposons qu'un passager tente l'expérience avec une compagnie aérienne pour la première fois, il consultera à bord le magazine de la compagnie en format papier (bilingue au moins) remplis d'images et de symboles qui vantent les merveilles des villes, des capitales, et qui contient un programme de vol, des services complémentaires, les détails du catering, bref tout un monde articulé dans un discours épidictique stimulant (cf. figure 81).

Le rôle des compagnies aériennes, en plus de concevoir des supports touristiques multimodaux en plusieurs langues, est de faire de la publicité pour les destinations qu'elles desservent, tel est le cas de la compagnie aérienne Air Arabia qui dessert plusieurs pays arabes (à l'exception de l'Algérie), la publicité s'effectue à travers la mise à la disposition des passagers dans les hubs aéroportuaires des panneaux ou de grandes affiches qui informent les clients sur la disponibilité d'une nouvelle destination (cf. Figure 80).

Notre choix s'est porté sur le magazine « *Assihar* » comme support de travail qui a été édité par



Figure 81 Affiche publicitaire mettant en valeur le tourisme marocain conçu par la compagnie Air Arabia. Capturée à l'aéroport Marseille Provence, le 28/03/2023.





Figure 82 Exemple d'une affiche publicitaire sur Alexandrie (Égypte), source : (Al Nawras, 2022) magazine-à-bord de la compagnie Air Arabia.

la boite « *Art of Adversiting* », basée à Alger. Ce magazine, n'est pas un inflight, mais un magazine touristique de qualité qui vise, à travers un contenu trilingue (arabe-français-anglais)

imprimé sur papier glacé, à promouvoir la destination d'un grand nombre de villes algériennes même les plus reculées ou celles qui sont d'habitude laissées de côté malgré leurs richesses sur le plan géographique, historique et culturel. Le magazine Assihar s'est donné comme principal objectif, l'illustration des merveilles de l'Algérie en mettant l'accent sur la performance textuelle et iconique. À travers l'usage soigné de couleurs et les mises en page ingénieuses et les photographies en double page qui transmettent bien des messages, Assihar postule légitimement à une place de guide parfait pour la destination Algérie et qui peut encore prétendre à une meilleure diffusion à l'international. La seule et unique incohérence que nous avons relevée se situe sur le plan éditorial : les textes bien qu'ils remplissent parfaitement leurs rôles sur le plan pragmatique (illocutions, perlocutions, scènes d'énonciation concordantes avec le contexte et les objectifs du discours) sont des textes français, arabe et anglais compilés dépourvus de traduction d'une langue à l'autre. En supposant qu'un lecteur soit attiré par une scène précise développée en langue arabe dépourvue de traduction dans une autre langue (en français par exemple), cela peut donc être interprété comme un défaut de communication qu'il faut remédier. Néanmoins, le modèle verbo-textuel mis en place par Assihar magazine demeure ingénieux et peut servir de prototype pour la conception des guides touristiques en plusieurs langues au niveau de toutes les structures de promotion de tourisme et de l'artisanat.

Nous avons sélectionné à partir des numéros parus respectivement entre 2018 et 2020, six exemples à partir desquels nous mettons en valeur, dans un premier temps, toute la symbiose unissant les dimensions verbales et iconiques, puis dans un second temps, son influence sur le processus de paratraduction.

3.1 Document 1

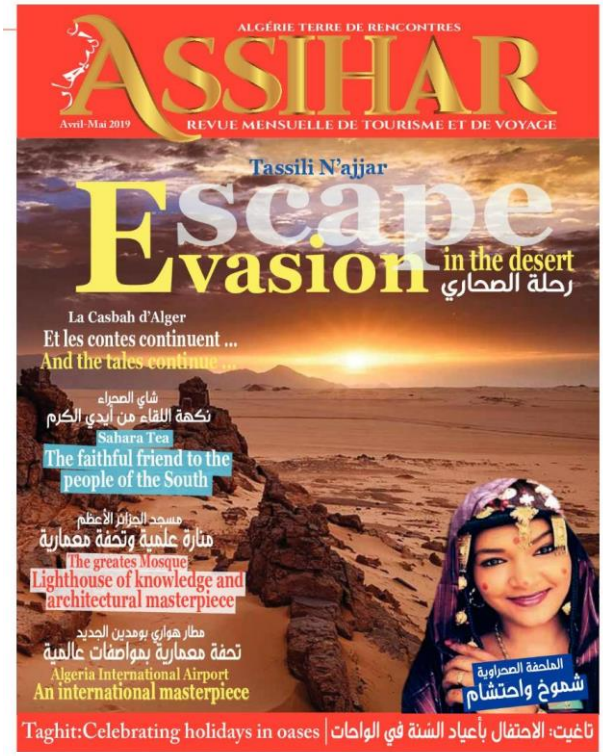


Figure 83 Page de couverture du magazine Assihar n° Avril – Mai 2019

La présente couverture est un document verbo-visuel, paratraductionnel dont le contenu traite de la promotion du tourisme saharien. Les éléments verbaux et iconiques s'enchaînent dans une optique portée beaucoup plus vers une stratégie informative que publicitaire, le paratexte auctorial est délimité en haut de la page, le caractère typographique (police et couleur) du titre du paratexte auctorial est connecté à l'épitexte *« promotion du tourisme au Sahara algérien »*, on peut aussi considérer le caractère typographique de ce titre et sa relation avec l'épitexte comme un élément visuel secondaire. La photo de couverture constitue le péritexte iconique et c'est l'élément visuel central lequel se compose à son tour en deux constituants : l'environnement régional et la femme targuie et sa tenue vestimentaire qui symbolise la culture de l'habitant, ses us et coutumes.

Le titre principal du numéro est lui aussi doté des mêmes caractéristiques illustratives que celui du paratexte auctorial, à savoir il renvoie à la promotion du tourisme dans la région du *Tassili N'Ajjer*, cependant, il semble destiné à couvrir tout le contenu des soixante-huit pages du numéro, puisqu'il est inséré au milieu avec un caractère qui domine tout l'espace distributionnel des signes, le titre est un syntagme nominal en anglais : *Escape Evasion in the desert*, affiché en deux variations dans l'ordre typographique : l'on a des caractères imposants

pour Escape et Evasion et des caractères inférieurs le syntagme in the désert et à celui-ci est ajouté une traduction en arabe plutôt littérale رحلة الصحاري ; à propos de celle-ci nous pouvons d'une part déduire que les contraintes physiques de mise en page ont empêché une insertion d'une équivalence plus complète du titre et d'autre part admettre que *rihlat-assahâri* peut également être considérée comme une traduction tout à fait acceptable et surtout concise car elle inspire le goût du voyage et de l'aventure.

L'élément verbal est représenté sous forme de cinq petits slogans publicitaires alignés par superposition avec des interlignes doubles dans la partie gauche en milieu de la couverture en descendant vers le bas ; ils sont traduits de l'arabe en langues française et anglaise, trois des traductions proposées semblent suivre une même phraséologie :

Exemple 1	The greates mosque; lightehouse of knowledge and architectural masterpiece	مسجد الجزائر الأعظم منارة علمية وتحفة معمارية.
Exemple 2	La Casbah d'Alger…Et les contes continuent	And the tales continue…
Exemple 3	Algeria international airport: an international masterpiece	مطار هواري بومدين الجديد تحفة معمارية ومواصفات عالمية.
Exemple 4	The sahara tea: the faithful friend to the people of the south	شاي الصحراء نكهة اللقاء من أيدي الكرم.
Exemple 5	Taghit: celebrating holidays in oases	تاغيت: الاحتفال بأعياد السنة في الواحات.

Le premier exemple présente une erreur de syntaxe sur le superlatif anglais (greatest au lieu de greates[85]). Les exemples 1 et 3 sont des répétitions cacophoniques dans la formulation de slogans ce qui connoterait un manque de créativité en pour la communication touristique qui est un domaine dans lequel on a recours à plus d'innovation et de force énonciative et dans la présentation d'une page de couverture, l'exemple 05 reproduit la même phraséologie arabe en anglais, ce qui est considéré comme un transcodage (le slogan original manque lui-même de force argumentative), nous pouvons alors suggérer comme alternatives les traductions suivantes: a) en français : *«Taghit : un réveillon Ksourien »* ou encore *« Réveillon à Taghit : l'appel des oasis »* ; en anglais : *« Meet the oases and celebrate the new year's day »* semble plus pertinente que *« holidays »* qui manque de pertinence par rapport à une période de fêtes plus spécifique ; ainsi on se débarrasse du fardeau du trop linguistique et on dote notre traduction d'une fonction argumentative. À travers ces propositions, nous jouons sur les symboles onomastiques de la ville de Taghit qui est une ville de *« ksours »*, de palmeraies, une ville dans laquelle on peut faire

[85] Même si l'erreur est corrigée dans l'article détaillant le slogan à la page 16 de la revue, il importe de souligner que les erreurs de ce type sur une page de couverture sont préjudiciables à la réceptivité du document auprès des lecteurs internationaux.

des balades initiatiques dans les superbes dunes, bivouaquer, contempler la mer de sable, faire du ski sur le grand erg, assister aux soirées musicales *« gnawi »*, découvrir les bains de sable *« rdim »* qui est une pratique thérapeutique ancestrale soulageant les rhumatismes (Auzias & Labourdette, 2017), on peut dès lors et dans la stratégie qui correspond à la communication touristique substituer un symbole onomastique par un autre dans une traduction plutôt cibliste.

L'exemple 4 est un fait d'innovation en traduction, puisqu'on y constate que les propriétés attribuées au thé changent dans le transfert tout en conservant un aspect stylistique limpide ; dans l'énoncé arabe le thé constitue le symbole de la rencontre du visiteur avec l'hôte : نكهة اللقاء *nakhat-alliqâ',* tandis que la traduction en anglais décrit la valeur culturelle du thé chez les habitants du Sahara, on peut reprocher, en passant, à l'auteur de cette traduction d'avoir supprimé l'effet stylistique constaté dans l'énoncé original ; mais toujours est-il que l'argumentation y est conservée puisque l'on invite l'étranger à venir siroter ce thé chez l'habitant. Pour notre part, nous pouvons suggérer comme traduction en français ce qui suit : *« thé du désert : une rencontre si généreuse si savoureuse ».*

Pour ce qui relève de l'enchaînement verbo-visuel, notre réflexion est axée sur la distribution des éléments dans la couverture ainsi que leur connectivité dans une optique paratraductionnelle, la première incohérence se situe au niveau esthétique : la couverture est surchargée sur le plan verbal et il aurait été préférable pour l'édition, d'aérer la couverture et d'épargner certains slogans qui n'ont pas de rapport avec l'épitexte et le péritexte iconique de la couverture, de les laisser indexés au sommaire[86] et de créer un slogan qui puisse correspondre au pouvoir argumentatif de l'image ; quant à la relation texte-image, elle est de type complémentaire : l'image donne plus de force argumentative au texte et le texte fait exprimer l'image, les caractères typographiques et les couleurs des mots *« escape »* et *« evasion »* sont inspirés de la couleur nuancée mêlant le blanc argenté au rouge ocre du crépuscule, Quel est le rougeoiement féroce du soleil couchant à travers tout le désert s'il n'était pas le reflet de sa demeure ? se demande l'historien de l'art John Charles Van Dyke (2019, p. 22) qui décrit le phénomène crépusculaire comme suit :

> […] Toutes les autres formes de nuages, étant plus ou moins transparentes, semblent aider l'éclat du désert plutôt que de l'obscurcir. Les plus répandus sont les cumulus. Pendant les chaudes après-midis d'été, ils se rassemblent et s'accumulent en énormes amas avec des tourelles et des dômes de lumière qui

[86] On admettra cependant que cette proposition peut être objectée car, on découvrira en feuilletant le guide, que non seulement ces mêmes slogans accompagnés d'articles et de photos pleines-pages, mais surtout, il contient d'autres slogans, articles et photographies d'endroits à visiter en Algérie et ne se consacre nullement à une présentation exclusive du tourisme saharien, ce qui justifie la présence des slogans cités comme éléments d'accroche sur la page de couverture. Donc l'épitexte est diversifié et non relatif à un seul thème.

> s'élèvent parfois à quarante mille pieds au-dessus de la Terre. Au coucher du soleil ils commencent à se colorer avant tous les autres nuages. Si on les regarde à contre-jour, leurs contours semblent d'abord d'un blanc argenté puis ils deviennent dorés. S'ils s'étalent à l'horizon vers le nord ou le sud, ou dans le ciel à l'est, ils sont d'un blanc éblouissant comme l'Alpe enneigée. Tandis que le soleil disparaît derrière l'horizon, leurs couleurs se réchauffent et ils deviennent jaunes, roses, pourpres. À la fin, ils prennent des teintes plus sombres, tirant sur le lilas et le violet avant de sombrer et de disparaître complètement (Van Dyke, 2019, p. 96).

Par conséquent, nous pouvons déduire que le titre de la couverture est une traduction intersémiotique au sens inverse, c'est-à-dire que l'on obtient du texte à partir d'une transmutation. Le jeu de la typographie résulte des variations analogiques comprises dans la communication médiatique contemporaine qui fait *« contaminer »* réciproquement et inéluctablement l'image et le texte (Marrion, 1996, p. 163).

3.2 Document 2

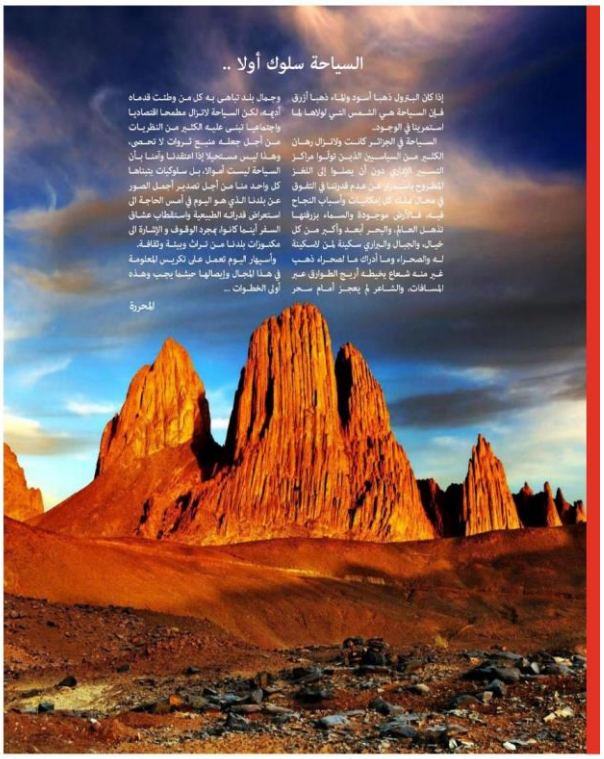


Figure 84 Page de clôture du magazine Assihar n° Avril – Mai 2019

D'abord nous proposons la traduction du volet linguistique de ce document de la manière suivante :

> « Le tourisme : une question de valeurs…

> S'il y avait lieu de considérer le pétrole comme de l'or noir et l'eau comme de l'or bleu, le tourisme serait alors le soleil nécessaire à la subsistance de l'être. Le tourisme en Algérie a toujours constitué un enjeu pour bon nombre de décideurs qui se sont succédés dans sa gestion sans parvenir à la résoudre cette énigme s'articulant autour de l'incapacité à prospérer dans un domaine dans lequel nous disposons pourtant de conditions et ingrédients de réussite : un territoire vastissime, un ciel d'un bleu enviable, une mer dont l'étendue déborde l'imaginatif, des montagnes et prairies généreuses abritant quiconque en quête d'apaisement et un désert doré comme on n'en trouve nulle part dont les contours ont été enluminés par la senteur des touaregs sur des distances à perte de vue à la manière d'un filet étincelant, un désert qui laisserait le poète ébahi par son enchantement. Le tourisme demeure-t-il toujours un objectif économique et social, concerné par moult théories visant à le transformer en richesse inestimable, cela n'étant point une chose impossible à condition que l'on sache une bonne fois pour toutes que ce n'est pas l'agent qui fait le tourisme mais les valeurs dont chacun d'entre nous se doit d'adopter afin de renvoyer l'image la plus resplendissante de notre pays qui a besoin de mettre en valeur son potentiel naturel, d'attirer les férus du monde du voyage où qu'ils se trouvent grâce à la valorisation de ses vestiges, de son patrimoine et de sa culture. Et c'est la ligne de conduite adoptée par Assihar magazine qui œuvre aujourd'hui pour apporter l'information authentique sur ce secteur et l'acheminer là où elle devra trouver preneur, ce pas là a été fait… »

Cet exemple présente des caractéristiques d'analyse différentes par rapport au premier document. Il n'y a pas de rythme d'enchaînement verbo-visuel entre le péritexte iconique (la photographie) et l'élément verbal (le texte) pour des raisons éditoriales ; l'image joue ici un rôle esthétique, principalement comme un arrière-plan, elle n'a pas de point fort, lisible à partir duquel on pourrait initier l'argumentation ; certaines images, comme l'explique Albert Plécy, ont des points forts, idéiques qui guident le regard vers plusieurs trajectoires selon leurs connexions avec d'autres éléments verbaux pour avoir des bribes de sens (Plécy, 1971). Contrairement à la photographie, le texte de par son placement devant le péritexte iconique et avec une couleur typographique blanche qui contraste avec le ciel bleu de la photographie a une fonction exhortative qui est plus accrocheuse que sa fonction argumentative puisque le texte à travers son discours invite les lecteurs (particulièrement les Algériens) à prendre conscience du potentiel touristique de leur pays, le texte a en quelque sorte une voix qui domine l'ensemble du mécanisme interprétatif, il remplace la photographie laquelle peut être également considérée comme une photo-témoin. Cependant, en dépit de la faible connectivité en termes d'interprétation, nous remarquons néanmoins un paramètre lié à un choix éditorial qui lie les deux éléments : ce document constitue l'une des dernières pages du magazine, son épilogue ou plus exactement un élément proche de l'épitexte. L'épilogue selon la théorie du paratexte a pour fonction canonique d'exposer brièvement le dénouement d'une situation, une sorte d'ultime propos, celui qui vient « après » c'est-à-dire après le discours, la fin de l'histoire, à

partir de là, on peut déduire que le choix d'une photographie mettant en valeur un début de crépuscule dans le désert accompagne le texte en tant qu'épilogue, plus précisément, le caractère crépusculaire de la photographie correspond à la fois au style exhortatif du rédacteur et à une intention de laisser une note de fin.

3.3 Document 3

La document publicitaire (figure 85) ainsi que les traductions qui lui sont proposées (figures 86 et 87) est l'un des exemples les plus édifiants qui justifient les approches paratraductives et

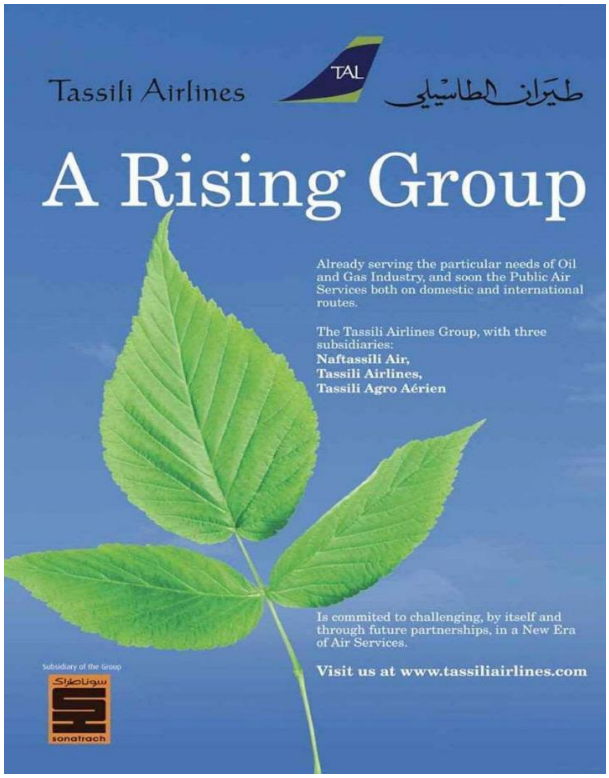


Figure 85 Image publicitaire de Tassili Airlines extraite du magazine the Report 2010

transcréationnelles ; les manifestations *« imagées »* de ses éléments verbo-visuels témoignent d'une stratégie de communication soignée dont l'argumentation par le texte et l'image cible plusieurs catégories de récepteurs.

Le paratexte englobe ici l'ensemble des signes visuels qui sont distribués autour des éléments verbaux à savoir les logos, la plante, le ciel bleu comme arrière-plan. A noter qu'en même temps et selon José Frias, les signes visuels constituent le péritexte iconique qui suscitent un rattachement (par la traduction) à un épitexte qui se situe en dehors de l'espace de leur distribution. Quant aux éléments verbaux, ils sont introduits à travers le nom de la compagnie aérienne, son slogan ainsi que son site internet.

Une lecture par contextualisation nous permet de déceler l'enchainement des éléments verbo-visuels de la manière suivante :

Comme première hypothèse et d'une manière très simple nous dirions que Tassili Airlines est une compagnie aérienne affiliée à l'entreprise nationale de raffinement, de gestion et de transport des hydrocarbures Sonatrach. Tassili Airlines a été créée en 1998 pour assurer le transport du personnel à travers les multiples sites pétroliers et gaziers répartis sur le territoire du pays. Après avoir rempli parfaitement ses missions et acquis une certaine autonomie financière, la compagnie a décidé de se tourner vers le transport aérien public aussi bien à l'échelle domestique qu'à l'échelle internationale à partir de 2010 d'où la publication de cette affiche dans le magazine économique Oxford intitulé *« The report : Emerging Algeria »* qui la classe parmi les entreprises émergentes dans le pays. Pour saisir l'enchainement des signes, il faut étudier le positionnement des logos, du symbole, ce que renvoie l'arrière-plan et comment tous ces éléments sont reliés sur le plan de l'énonciation. Rappelons qu'une lecture paratraductive fait intervenir l'ensemble des éléments paratextuels et iconiques qui entourent le texte dans l'option d'influer sur le choix de la traduction.

En ce sens, sur le plan symbolique, une lecture connotative permet de distinguer un enchainement de signes visuels exprimant un rapport de conséquence : « *ciel bleu → plante → slogan* », le tout projette l'idée de croissance au syntagme *« rising group ».* Sur le plan de distribution iconique, il existe un lien entre le logo de la société mère Sonatrach et celui de la compagnie Tassili Airlines affiché en haut, selon notre interprétation, le logo de la société mère au-dessus duquel on peut lire « *subsidiary of the group »* est placé tout en bas en guise de démarcation pour faire valoir l'entreprise naissante ; cet emplacement discret mais significatif symbolise l'assurance des entreprises de grande envergure lorsque celles-ci se lancent dans des projets d'extension. En ce qui concerne les traductions proposées, nous nous sommes évidemment appuyés sur notre lecture connotative du péritexte iconique pour formuler notre vouloir dire, nous avons gardé pour le français le même effet de l'original, tandis que pour l'arabe, nous avons fait une petite transformation rhétorique en privilégiant la richesse rhétorique en langue arabe, cette traduction se veut cibliste mettant en avant les ambitions de la nouvelle compagnie aérienne.

En ce qui concerne l'arrière-plan, la couleur est très prisée dans le marketing des entreprises ; le bleu, est une couleur relaxante qui invoque inconsciemment le ciel, la mer, il génère un sentiment sérieux (Racquez, 2011, p. 120), en fait, dans ce document toute la stratégie de communication est basée sur l'arrière-plan, c'est l'image qui dote le texte d'une force



Figure 86 Paratraduction en français de l'affiche



Figure 87 Paratraduction en arabe de l'affiche

persuasive, la couleur a besoin de s'exprimer par les moyens de communications et à travers un vocabulaire descriptif adéquats formant de ce fait l'identité visuelle :

L'identité visuelle d'une entreprise se construit par le choix d'un ensemble de signes : son emblème ou sa mascotte, sa typographie et ses couleurs. La symbolique des couleurs est un outil essentiel pour toute communication visuelle – logo, affiche, catalogue institutionnel, catalogue commercial…Elle identifie une marque, clarifie un message et ordonne une offre (Galienne, 2019, p. 35).

3.4 Document 4



Figure 88 Paratraduction d'une affiche publicitaire de Taghit (Sud-ouest, Algérie), source : Magazine Assihar, Avril – Mai 2019.

Cet exemple présente Taghit, une sublime ville touristique située à 90 km de la Wilaya de Béchar. Cette photographie en double page met en valeur ses fortes attributions naturelles (soleil, dunes imposantes, palmeraie et patrimoine ksourien). Pour notre paratraduction, nous sommes partis d'une interprétation du titre en prenant en considération sa typographie et l'image comme péritexte iconique. Une désolidarisation des éléments de la photographie permet de faire surgir les avantages de chacun d'eux que nous exploitons comme des indices de sens. Dès lors, on remarque par exemple que les dunes sont imposantes, si l'on se positionne sur l'un des balcons des ksours, une vue sublime sur la palmeraie nous fascinerait ; la couleur rouge de la typographie du titre connote une température douce si l'on opte pour un scénario de vacances en décembre. Bref, ces multiples déplacements dans l'image livrent plusieurs interprétations soit par dénotation c'est-à-dire par extraction du « *réel littéral* » (cf. Barthes, 1961, p. 128), soit par connotation en mettant en valeur leurs plus-values touristiques. Nous avons traduit le titre comme suit : « *Taghit, l'imposante au milieu d'un paradis saharien* ». De l'autre côté, le texte en arabe n'est pas vraiment rattaché au décor de l'arrière-plan, il met en valeur l'ancrage historique de Taghit et propose un circuit de visite pour des régions avoisinantes comme Béni Abbés. En ce qui concerne la traduction, nous avons opté,

contrairement au texte arabe, pour un style plus accrocheur avec l'emploi des illocutions. Nous avons également modifié les enchaînements :

> Située dans les confins de la Saoura, Taghit Jouit d'une souveraineté impériale sur ses voisines, son coucher de soleil vous laissera sans voix, puis Béni Abbés prendra le relais pour vous embarquer dans la visite de son château inexpugnable. La saoura ne vous laissera point partir sans avoir embarqué avec vous le souvenir des gravures rupestres qui symbolisent l'habitat des hommes des premiers temps que la nature a jalousement conservés jusqu'à nos jours.

3.5 Document 5

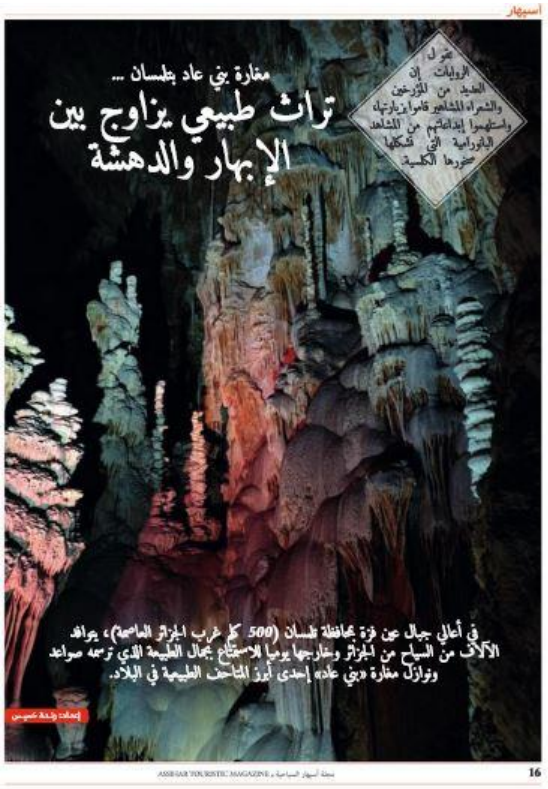


Figure 89 Paratraduction de l'affiche publicitaire des grottes de Béni Add Tlemcen, source : Assihar, n° Mai – Juin 2019, p.16

Pour cette affiche, l'interaction verbo-iconique permet de formuler plusieurs titres. Le texte et l'image ici ont un rapport de complémentarité, le titre en arabe se caractérise par un haussement de ton ; l'image pour sa part s'appuie sur son pouvoir figuratif. Si on reste sur le texte, on peut avoir comme équivalent littéral : « *Les Grottes de Béni Add de Tlemcen…un patrimoine naturel qui allie émerveillement et stupéfaction* » ; si on opte pour une solution plus concise on peut avoir également : « *Béni Add : quand la nature devient éblouissante* ». Cependant, pour avoir une approche plus créative, nous avons préféré nous éloigner du sens verbal

représenté par le titre pour introduire l'image dans le processus. Pour ce faire, nous sommes partis du colorème représenté par une teinte obscure qui envahit tout l'espace photographique, il nous sert d'unité interprétative de base pour formuler la paratraduction suivante : « *Beni Add : un refuge d'une obscurité rayonnante !* », nous avons choisi le terme refuge car il renvoie à un épitexte relatif à l'histoire (les grottes auraient jadis servi de refuge aux combattants de l'Armée Nationale Populaire durant la guerre de libération). Nous avons réuni les deux segments textuels séparés dans l'original dans un seul texte :

> Du haut du plateau Aïn Fezza à Tlemen, ces grottes, qui auraient jadis inspiré poètes et artistes avec leurs paysages panoramiques et leurs multiples formes rocheuses calcifères, continuent à attirer des milliers d'admirateurs seduits par la magie de la nature orchestrée par les stalactites et les stalagmites dans un spectacle muséal naturel des plus merveilleux du pays.

3.6 Document 6 :



Figure 90 Page de clôture du magazine Assihar n°02 Mai – Juin 2019

La traduction du volet textuel est la suivante :

> Algérie, pays d'un million et demi de martyrs… et autant en escapades touristiques !

> Dire que l'Algérie est réellement un pays à un million d'escapades touristiques peut sembler pour beaucoup une idée tout aussi absurde qu'extravagante, c'est pourtant une vérité qui transcende tous les obstacles et toutes les difficultés qui ont entraîné le tourisme algérien dans les obscurités de l'oubli, or le tourisme algérien peut être comparé à une perle qui a besoin d'embrasser la lumière, de répandre sa beauté et d'être révélée au monde comme l'un des plus beaux artifices naturels qui attise désir et convoitise. Le temps est venu pour nous d'œuvrer ensemble pour redonner à ce secteur sa véritable place, comme le font toutes les nations soucieuses de mettre toujours en valeur leurs économies même si cela nécessite une révolution copernicienne.
>
> L'Algérie ?! ou les quelque mille deux cents kilomètres de côtes, son erg fait chavirer les amateurs d'aventure particulièrement les Européens qui ont bravé les dangers et ignoré les crises pour découvrir Djanet, Tamanrasset, Ghardaïa, Timimoune et d'autres villes du sud et même leurs villages aux allures modestes.
>
> Villes et régions racontent des histoires et recèlent des empreintes humaines qui remontent aux époques romaine, grecque, berbère et arabo-musulmane ; une telle diversité historique dépeint un tableau reflétant une magie et des odeurs suaves qui feront rêver les artistes avant les visiteurs, et fait revisiter des époques multiples que le pays a connues qui ont façonné son héritage culturel et touristique si exceptionnel qu'il suscite intérêts et passions languissants de tous ceux qui ont mis les pieds sur le sol de notre chère Algérie.

Tout comme l'exemple du document1, le texte et l'image ici partagent le même sens qui répond à l'objectif éditorial « *redorer le blason du tourisme algérien* ». Cette page se situant en fin de numéro appelle à la révolution des mentalités ainsi qu'à une prise de conscience de l'importance de la diversité des patrimoines naturel et monumental porteurs de traces du passé sur lesquelles tous les citoyens des diverses classes doivent s'appuyer pour valoriser l'image de marque du pays. Le contenu textuel est revêtu d'un discours militant qui favorise la prise de position du lecteur à propos de l'objet traité et le faire adhérer à la cause défendue. Dans cette configuration, les énoncés s'enchaînent par argumentation et contre-argumentation dans le but de renforcer la position exhortative :

Texte traduit	**Texte original**
Dire que l'Algérie est réellement un pays à un million d'escapades touristiques peut sembler pour beaucoup une idée tout aussi absurde qu'extravagante, c'est pourtant une vérité qui transcende tous les obstacles et toutes les difficultés.	<**contre-argument**> قد يتهمنا البعض بالمبالغة وقد يصفنا آخرون بعدم الموضوعية حين نقول أن الجزائر بلد المليون وجهة سياحية <**argument**> لكن الحقيقة تفرض نفسها رغم كل العراقيل وكل الصعاب.
Commentaire	
Mise en opposition d'un contre-argument et un argument comme appui au développement argumentatif	
Braver les dangers, ignorer les crises pour la découverte	تجاهل للصعاب والمخاطر للاستمرار في الاستكشاف
Commentaire	

Il s'agit ici d'un argument avec un implicite ; « les dangers et les crises » nous renvoient à la décennie noire que l'Algérie a connue durant les années 1990 qui a constitué un coup d'arrêt aux activités touristiques ainsi que d'autres évènements douloureux qui ont frappé le pays comme les attentats de Tiguentourine en 2013 et l'assassinat de l'alpiniste français Hervé Gourdel dans les hauteurs de Tikejda (Kabylie).

Le temps est venu pour nous d'œuvrer ***ensemble*** pour redonner à ce secteur sa véritable place

يبدو أن الوقت قد حان كي نبادر **جميعا** لإنقاذ هذا القطاع المهم

Commentaire

Nous pouvons interpréter les énoncés soulignés dans comme des marqueurs discursifs qui font adhérer le lecteur à la cause défendue

L'Algérie ? ***ou*** les quelques mille deux cents kilomètres de côtes et des ergs ***chavirer les amateurs d'aventure***

الجزائر...ألف ومائتي كلم شاطئ وعرق **يستفز رغبة المغامرة.**

Commentaire

L'énoncé original a une fonction perlocutoire indirecte car on implique le lecteur dans la scène d'énonciation de manière indirecte. En traduction nous avons remplacé les trois points de suspension par une question oratoire dans le but d'avoir une interrogation oratoire qui sert à vivifier l'énoncé. Plus précisément, la conjonction « ou » relie une série d'arguments à une interrogation interpellatrice, inhabituelle : « *ça se situe vraiment en Algérie ?* », le point fondamental de l'utilisation des tournures de ce type est d'inviter le lecteur à rompre avec les préjugés qu'on associe généralement aux multiples sujets qu'on rencontre au quotidien.

Un tableau ***reflétant une magie et des odeurs suaves*** qui feront plier les artistes avant les visiteurs ; et fait revisiter des époques multiple

لوحة زيتية **يعشقها** الفنان قبل المسافر لنجد سحرا وأريجا مميزان يصنعان حقبات تاريخية

Commentaire

Dans cet exemple, la rhétorique promotionnelle met l'accent sur la diversité naturelle du pays qui projette ses merveilles à la manière d'un tableau dont on admire le cadrage, le mélange des couleurs, le dessin ou les figures ainsi que les trajectoires de la peinture

Pour le côté non verbal, l'image constitue la scène centrale de tout le vouloir-dire exprimé par le locuteur et témoigne du choix judicieux de la ligne éditoriale. Dans un rapport de complémentarité, elle appuie la rhétorique exhortative générale, les arguments positifs et les contre-arguments. Pour la perspective paratraductive, nous avons interprété la lumière de l'aube qui envahit l'espace vert comme le début d'une ère nouvelle pour le tourisme algérien, nous avons intégré cette idée dans la formulation de notre traduction par suppléance à une autre idée présente dans la version originale en arabe : [« لؤلؤة محفوظة في الأدراج تنتظر فقط من يزيل الغبار عليها » / « un trésor enfoui dans un quelconque coin obscur qui n'est que poussière »]. Nous avons gardé cette scène qui représente l'abandon du tourisme comme un trésor dont on ne mesure pas l'ampleur de son importance et nous l'avons transformée avec l'intégration du message symbolique de l'image : « *le tourisme algérien peut être comparé à une perle qui a besoin d'embrasser la lumière, de répandre sa beauté et d'être révélée au monde comme l'un des plus beaux artifices naturels qui attise désir et convoitise* », en partant du fait que les mots « perle » et « trésor » nous renvoient au même univers de sens (préciosité), l'intégration du sens imagé au sens du texte traduit est à notre sens une idée plus qu'acceptable : elle sanctionne d'abord une technique créative, puis une lecture plus englobante de tout le document.

Ces six exemples démontrent donc la nécessité de faire appel au sens du regard et à la capacité d'observation pour arriver à résoudre certaines situations de traduction de couples texte-image. La stratégie que nous avons suivie correspond parfaitement à la constatation de Fresnault-Deruelle (cf. *supra*, p.215). L'image est bien un espace lisible, un foyer de sens qui se renouvelle à chaque moment de lecture et qui provoque à chaque nouvelle lecture, une nouvelle interprétation ; l'image consolide le texte par les idées subtiles qu'elle donne et peut avoir plus de pouvoir que le texte lui-même parce qu'elle n'est pas mesurable.

Conclusion générale

Le tourisme algérien a besoin de forger une image de marque et faire valoir son branding culturel à travers l'amélioration des dotations factorielles (infrastructures, zones d'expansion touristiques etc.) et, en parallèle, à travers le développement d'une base solide de communication touristique.

La réponse à notre problématique de départ peut être formulée de la manière suivante :

étant donné que le pays n'a jamais accordé une grande importance au tourisme, il relève d'un truisme que cela se traduise par une production documentaire quasi-inexistante permettant de vendre l'espace touristique algérien. Ainsi ne disposant pas d'une base documentaire conséquente et de qualité réunissant des supports endogènes (guides, brochures, dépliants etc…) et exogènes (dispositifs d'affichage dans les lieux touristiques fréquentés, comme les panneaux muraux, tactiles et d'interprétation) sur lesquels nous pouvions faire travailler le concept de paratraduction et de transcréation, nous nous sommes orientés vers une réflexion plus approfondie en partant du fait qu'une grande partie du paysage touristique algérien est inerte au sens double du terme, inerte dans la mesure où il ne se résume qu'à une matérialité constituée par des éléments physiques (vallées, montagnes, coteaux …), et inerte dans la mesure où il est à l'abri d'une exposition internationale avec ses composantes totales c'est-à-dire culturelles et géomorphologiques distinctives, dont la principale caractéristique serait d'être au service d'une communauté élargie, composée d'autochtones et de visiteurs dont les usages collectifs définissent son évolution et renouvellent son interprétation (cf. Paquet, 2009, p. 22). À défaut de cela, on obtient un paysage qui ne s'exprime pas, non valorisé et réduit à la protection fortement empreinte d'un regard élitaire (notamment au sud) compte tenu des graves crises que vit toute la région du Sahel et une partie de l'Afrique du Nord (Libye) (cf. Luginbühl, 2012). L'on est bien conscient qu'une touristification rythmée conduirait assurément au ternissement des paysages et des territoires mais toujours est-il que l'Algérie a de sérieux atouts et des stratégies adéquates lesquelles lui permettraient d'adopter une politique mesurée pour faire du tourisme une sérieuse alternative économique.

Il semble que le tourisme algérien souffre précisément d'une dislocation sur le plan communication à cause de son délaissement, ses différents acteurs n'interviennent qu'à des échelles réduites par exemple à travers des manifestations culturelles timides, dans des séminaires ou dans des rencontres peu fructueuses sur les plans régional et national, rajoutons à cela une budgétisation faible qui limite le champ de manœuvre des pouvoirs publics et les initiatives citoyennes.

Pour remédier à ce problème, l'État ainsi que tout acteur citoyen doivent privilégier d'abord la création de « *clusters touristiques* » et les « *médiations numériques* » soit un ensemble structuré de relations verticales et horizontales entre les acteurs des diverses filières touristiques, générateur de synergies et porté par une stratégie commune de développement (Fabry, 2009, cité par Jammet & Linder, 2019, p. 01). La création de clusters touristiques amène les premières bases de communication touristique. Puis, les médiations numériques jouent un rôle essentiel dans la perpétuation et la modernisation de la promotion touristique. (Ibid., p. 02)

Le tourisme promeut surtout les « *identités des territoires* » ; l'identité des territoires repose sur trois composantes distinctes et complémentaires : l'image, l'imagerie et l'imaginaire (Amirou, 1995), elles influencent grandement la rhétorique promotionnelle d'une destination.

La faiblesse de la base documentaire pour notre sujet nous a conduit à proposer une analyse sur les lacunes qui empêchent l'instauration d'une communication touristique de qualité en partant de l'espace. C'est ainsi que nous avons proposé un schéma de performance touristique dans lequel le transfert interlinguistique ne se trouve qu'à un stade avancé. Traduire ou « *paratraduire* » le tourisme exige des supports suscitant de la réflexion et des hypothèses. On ne peut pas partir de rien pour suggérer des réponses à un problème posé. Nous pouvons, sans nulle prétention et en toute objectivité, considérer le schéma que nous avons développé en partie pratique, comme un prototype permettant de lancer une communication touristique de qualité, il se caractérise par une succession de stratégies innovantes qui construisent une nouvelle façon de l'agir touristique.

La relation avec l'espace se situe dans l'interaction, elle existe bien avant que l'homme n'emploie un médium verbal pour s'exprimer, elle se situe « *dans une antériorité à toute notion d'objet ou de construction d'objet ; l'espace est une communication avec le monde plus vieille que la pensée et la pensée spatiale est le fondement de la pensée conceptuelle de l'homme* » (Saint-Martin, 1994, préface citant respectivement Maurice Merleau Ponty et René Thom, préface, p.XIV). Selon Yves Luginbhül, la relation avec l'espace se situe plus précisément dans la dimension immatérielle, l'espace est « cultivé », ou « modelé » par ceux qui l'habitent à des niveaux divers, de l'affectif à l'esthétique, du sensoriel au symbolique ; ces multiples modelages

conduisent à le représenter dans divers supports de façons imaginées ou reconstruites. Qui dit espace dit paysage, le travail sur le paysage donne lieu, selon Suzanne Paquet, à une série d'inventions par l'art (peinture), par le texte (littérature), par la représentation iconique (photographie) et par les interactions humaines (tourisme) (Paquet, 2009, pp. 13-45).

À travers la diffusion des éléments de l'espace (images d'objets, monuments, sites ou paysages), les processus de patrimonialisation, de mise en discours contribuent à leur « mise en désir » pour les visiteurs en leur offrant des supports dédiés (signalétique, supports endotextuels et exotextuels) qui permettent de lire l'espace touristique, de l'interpréter et se l'approprier (Gravari-Barbas, 2020, p. 05). La patrimonialisation ou la mise en scène du patrimoine instaure une forte relation émotionnelle avec l'espace visité comme l'explique Émilie Flon :

> La mise en scène désignerait finalement une mise en discours à destination des visiteurs qui peut aller jusqu'à structurer un territoire autour d'un site, par exemple à travers la mise en récit que constitue la mise à circuit des sites touristiques. L'expression de mise en scène ainsi employée permet de considérer et de regrouper sous une même idée l'ensemble du parcours du visiteur en partant du dépliant consulté ou du site internet, en passant par la construction de son projet de visite en circuit et dans la durée, son trajet motorisé, son arrivée devant l'entrée du musée, la traversée du hall d'accueil, des espaces d'exposition jusqu'à la transition que constitue la sortie de ces espaces vers le monde extérieur. La mise en scène donne ainsi « une nouvelle mise en forme » au discours institutionnel, et ses dispositifs « ont une fonction de mise en mots, de mise en sens des espaces » qui a des effets sur la rencontre entre le visiteur et le contenu (Trouche, 2010, p.97 cité par Flon, 2012, p. 21)

La transformation numérique fait passer l'espace d'un monde physique à un monde virtuel qui se caractérise par des pratiques de communication aussi variables qu'illimitées. Dans le virtuel, l'espace est construit et reconstruit différemment et rapidement dans un contenu multimodal illustré par des textes dont la métaphore peut changer du jour au lendemain et par des images fantaisistes, surréelles, par des symboles, des vidéos et des sons, bref il revêt une mise en scène hyperréelle.

Dans un article introductif de l'ouvrage « *sociologie de l'image au Maghreb* », Pierre-Noël Denieuil souligne l'importance de l'image dans la création du sens de la manière suivante :

> L'image, créatrice de sens, s'impose comme un langage et comme un pouvoir social. Selon Bruno Péquignot, la vision marque une organisation intellectuelle du cerveau à qui l'image apporte de nouveaux éléments d'interprétation entre les structures de l'œuvre et celles du monde social ; parfois, elle s'impose même hors de son interprétation, dans toute sa profondeur idéologique et son inconscient sociétal. L'image est un art de la mise en scène, de ce qui fait sensation et de ce qui fait preuve, c'est pour cela que, objet et symbole, elle est proposée au touriste. Ainsi que le précise Péquignot citant le cinéaste Jean-Luc

> Godard, l'image « est une association d'idées lointaines et justes » qui redonne du sens à la réalité. Et la mise en tourisme, tout comme le cinéma, n'est autre qu'un montage d'images mises en scène et en récit pour donner du sens à la réalité des origines et de la construction du patrimoine (Denieuil, 2009, p. 11).

La traduction (et la paratraduction) bien qu'elle fasse partie du processus de la communication dès le début de mise en scène du patrimoine joue un rôle beaucoup plus crucial à l'étape finale, c'est-à-dire lorsqu'on présente un espace touristique dans une plateforme dédiée à sa consommation. La plateforme numérique rassemble toutes les actions réalisées précédemment et porte la trace de la toute première interaction avec l'espace physique, elle ponctue les efforts de création en le revêtant d'une magnificence parfaite, dans un simulacre multimodal à l'intérieur duquel le traducteur traduit non seulement un texte mais aussi un langage sous forme d'un système de communication pragmatique qui utilise des signes agencés de façon particulière (Saint-Martin, 1994, préface).

Par ailleurs et en pratique, nous avons essayé de défendre dans ce travail une thèse selon laquelle la paratraduction et la transcréation s'imposent légitimement comme des techniques permettant de traduire des textes hybrides qui procurent de nouvelles façons d'agir sur ces documents et ce dès le premier contact, quel que soit le champ d'intervention. Le concept de paratraduction résume, au vu de ce qu'on a développé dans la première partie de ce mémoire, toutes les théories de la traduction. Elle invite le traducteur à aller vers d'autres pistes de réflexion bien différentes des pistes traditionnelles (fidélité, littéralité etc…). Traduire le couple texte-image exige autant l'examen formel, structurel du document à traduire que, la force interprétative et pragmatique.

Par conséquent, il est impossible d'ignorer l'influence de l'image (matérielle) et les autres signes sémiotiques qui l'accompagnent dans des supports médiatiques, publicitaires, commerciaux, artistiques ou culturels si on venait à les traduire. Dans le domaine médiatique à titre d'exemple, on voit bien que le document ci-dessous (cf. figure 91) invite à un monde différent de lecture, toute sa composition sémiotique est conçue pour décrire un personnage extravagant dont on redoute les sorties publiques pouvant conduire aux crises diplomatiques. Le remplacement d'une composante biologique (cerveau) par un élément de fiction (grenade) et l'usage du titre dont la fonction désignative et métalinguistique nous renvoie au film de Francis Ford Coppola « *Apocalypse now* » décrivent un trait de caractère. Ici c'est le procédé métaphorique qui est illustré. La métaphore, écrit John Urry, est un processus qui imprègne le langage et le sens et le langage est foncièrement métaphorique (cf. Urry, 2005, p. 35). Au milieu de cette ambiance imaginative, Donald Trump serait un homme aux déclarations explosives dont la lubie qui chauffe la cervelle conduirait à la guerre, à l'apocalypse ! le caractère

typographique du titre et sa couleur rouge jouent le rôle d'amplification. On peut relier le thème de l'arrière-plan en gris au trait comportemental du personnage sombre comme si on lui faisait faire un examen radiographique : la silhouette noire reflète son caractère mystérieux et imprévisible qui n'hésiterait pas à déballer ce qu'il pense peu importe le moment où le lieu. La représentation générale du document illustre parfaitement la manière dont le paysage médiatique est construit aujourd'hui lequel se caractérise par des déclarations chocs, des punchlines, des provocations et des réparties entre personnalités publiques, l'objectif étant de garder les « regardeurs » toujours plus proches de l'actualité.

Ce document pris comme exemple pratique démontre l'influence de tous les éléments de la paratraduction évoquée dans la deuxième partie de ce mémoire. Le paratexte éditorial représente l'instance énonciatrice, « *courrier international* » qui nous renseigne sur les stratégies éditorialistes préconisées par le média ; à travers le paratexte éditorial, le comité de rédaction met le document dans un contexte de réception précis (cf. Plassard, 2007, p. 45), la lecture du document implique donc de porter un regard analytique sur chacun de ses composants : l'image de par son pouvoir figuratif représente un péritexte iconique, l'épitexte représente toute la littérature médiatique se rapportant au personnage principal du document. L'épitexte, se



Figure 91 document archive du courrier international publié le 09/06/2016, source : www.courrierinternational.com

trouvant hors du texte et non pas matériellement annexé à lui (cf. *supra,* p.203*)*, explique la raison de parution du document (ou le contexte d'énonciation), le symbolisme représenté par la grenade entre en parfaite correspondance avec le titre dont le sens est souligné par la rigueur de son graphisme, les deux connotent le sens de l'explosivité, le code chromatique qui mêle le gris clair au gris sombre dépeint le trait de caractère du personnage. La lecture du volet visuel permet de distinguer des points forts dans l'image qui guident la lisibilité, donc une désintégration (ou une désolidarisation) par une grille d'analyse des constituants de l'image permet d'isoler les points forts et d'en tirer l'endroit où se situe l'information et l'émotion. En nous appuyant sur la lecture de l'élément visuel, on propose la traduction du titre par un équivalent qui entrerait en harmonie avec l'image tout en privilégiant le contexte de réception culturel du lectorat cible, en arabe on optera par exemple pour le titre « نهاية العالم» laquelle s'avérerait plutôt générale, littérale, mais si on se rapproche du symbolisme décrit par les infimes détails du personnage décrit comme sa coupe de cheveux ou les mouvement de lèvres qui renvoient à son caractère populiste, on optera pour le titre « خطيب الفتن » .

En littérature, la paratraduction a toujours joué un rôle important dans le contexte de réception des œuvres traduites sans que ce rôle soit mis en valeur.



Figure 92 Mise en opposition des pages de couverture des versions originale et traduite de l'œuvre de Tahar Ben Jelloun : « *cette aveuglante absence de lumière* »

La mise en opposition des pages de couverture de l'œuvre de Tahar Ben Jelloun « *cette aveuglante absence de lumière* » publiée en 2001 aux éditions du Seuil, nous permet de réaliser

premièrement, qu'en plus de la traduction « *textuelle* » il y a une traduction « *intersémiotique* » puisque les images en tant que paratextes sont changées. La couverture à gauche qui représente l'œuvre originale écrite en français illustre le contexte narratif de l'œuvre par deux symboles très significatifs qui résument le texte de l'œuvre ; le premier point fort de l'image désigne les formes carrées et rectangulaires, qui semblent pour nous, connoter plusieurs sens, il peut s'agir, premièrement, des conditions de détention épouvantables au bagne de Tazmamart des auteurs du putsch contre le roi Hassan II du Maroc en 1970, comme le témoigne le passage suivant :

> En fait, la tombe était une cellule de trois mètres de long sur un mètre et demi de large. Elle était surtout basse, entre un mètre cinquante et un mètre soixante. Je ne pouvais pas me mettre debout. Un trou pour pisser et chier. Un trou de dix centimètres de diamètre. Le trou faisait partie de notre corps. Il fallait très vite oublier son existence, ne plus sentir les odeurs de merde et d'urine, ne plus sentir du tout. Pas question de se boucher le nez, non, il fallait garder le nez ouvert et ne plus rien sentir. Au début, c'était difficile (Ben Jelloun, 2001, p. 12)

Deuxièmement on peut relier les formes carrées et rectangulaires qui composent un labyrinthe (le bagne) à l'atmosphère de punition sévère qui caractérise le bagne où les détenus sont privés pratiquement de toute chose permettant de ressentir un infime plaisir. Cette idée semble d'autant plus évidente avec la présence de l'autre point fort de l'image, l'homme d'apparence sombre déclinant la tête vers le bas, les causes de cette sombreur sont multiples, une privation de lumière due à l'enfermement total des détenus, aux sentiments d'inerties, de folies ressentis, par les codétenus ; la sombreur décrit également le sort d'un homme infâme, châtié à cause de la traitrise. La couverture à droite qui représente la version traduite de l'œuvre n'est pas aussi illustratrice que celle de l'original, dans cette couverture on se contente de mentionner le paratexte auctorial et éditorial, relatifs respectivement à l'auteur et à la maison d'édition. L'illustration de la version traduite est une photographie d'un désert à un moment de crépuscule qui connoterait le lieu reculé du bagne et de là on peut relier des notions d'éloignement, d'oubli qui sont des thèmes présents dans le roman. Si l'aspect de la couverture originale témoigne d'une certaine concertation entre l'auteur et la maison d'édition sur reproduction du thème général de l'œuvre sous formes de symboles bien précis constituant ainsi un paratexte (ou précisément un péritexte iconique) qui assure la bonne réception de l'œuvre par le public francophone, dans la version traduite, la fonction illustratrice n'est pas aussi pertinente que la première et partant, le rôle du traducteur ou « paratraducteur » peut être primordial à ce stade précis, il peut participer dans le projet de conception de la page de couverture de la version traduite autant que l'auteur le fait dans l'édition originale, il s'agit ici d'une question de statut de traducteur que José Yusté Frías a toujours défendue :

> Le traducteur, deuxième auteur, devrait avoir le même statut que le premier auteur du texte qu'il traduit, mais hélas presque partout dans le monde on continue encore à le considérer comme secondaire, subsidiaire, subordonné comme un invité ‹ face à › son hôte, ou pire, comme un esclave ‹ à côté de › son maître (…) invisible dans la présentation de la plupart des textes traduits parce que d'autres agents intermédiaires ont pris le relais pour produire un ensemble visuel de productions verbales, iconiques ou verbo-iconiques, d'entités iconotextuelles ou simplement de productions matérielles – les produits paratraduits – pour rendre présente la traduction réalisée par le sujet traduisant (…) Il est temps de prendre conscience du fait indéniable que le traducteur doit toujours s'occuper de tous les détails de présentation de sa traduction. Il doit contrôler sa paratraduction aussi bien que sa traduction (Yuste Frías, 2010, pp. 310-311).

Dans un autre article dédié à la traduction des paratextes des livres pour enfants, il estime qu'il ne peut exister de traduction sans paratraduction, cette idée s'impose de manière légitime car en traduction on s'occupe certes d'un volume conséquent de mots, mais les images mentales qui nous occupent tout le long du processus nous font miroiter en quelque sorte un paysage sur lequel, le traducteur, premier concerné, peut s'appuyer pour concevoir avec l'édition une illustration pertinente (cf. Yusté Frías, 2012, p. 131).

Jean Pierre Leduc-Adine, dans « *Roman, Illustration/Réception* » estime qu'en littérature, une illustration fonctionne comme une forme de citation, elle cite l'écrit, à travers sa manifestation non verbale, paratextuelle, par duplication de certaines parties d'une œuvre romanesque dans un rapport de similarité ; l'icône cite le texte comme le fait l'extrait cité qui accompagne l'image, les deux formes s'inscrivent dans un rapport dialectique. L'icône d'illustration n'a pas de signification en soi, c'est à travers sa mise en jeu avec le texte qu'elle acquiert sa fonction pragmatique et son sens. L'illustration (péritexte iconique) suppose « une réflexion » d'un récit par réduplication simple ou spécieuse et c'est toujours le texte qui génère l'image. Inversement, l'illustration traduit les mots en images, elle donne une réflexion du récit dont elle essaye de retranscrire l'identique, elle doit être en homologie sémantique avec le texte, instaurée en vertu de connexions entre deux systèmes pourtant différents ; l'illustration fait partie du texte et Gérard Genette, l'a classée sous la rubrique des paratextes en dépit de sa nature non linguistique. Ce dernier estime qu'en plus du fait d'être une zone indécise, de transition, elle revêt un rôle pragmatique et agit sur le public au service d'un meilleur accueil du texte, ce qui procure une valeur métatextuelle à l'image (cf. Leduc-Adine, 2004, pp. 42-48).

Nous concluons notre travail par une dernière constatation. La paratraduction se veut une technique de traduction innovante qui correspond aux nouveaux usages des supports de communication qui caractérisent notre époque. On entend par cela, que l'ère actuelle se caractérise par la prédominance du document hybride qui ne contient pas que du « texte », nous

vivons dans un environnement imagé que ce soit dans des espaces clos ou dans des espaces ouverts, les images et les sons procurent d'autres façons de lire et d'interpréter les espaces ainsi que les supports de communication multimodaux quel que soit le domaine.

Les pages de couverture des médias et des magazines sont dominées par l'image qui pousse à adhérer à une cause défendue, ou à consommer un produit vanté et le traducteur qu'on peut

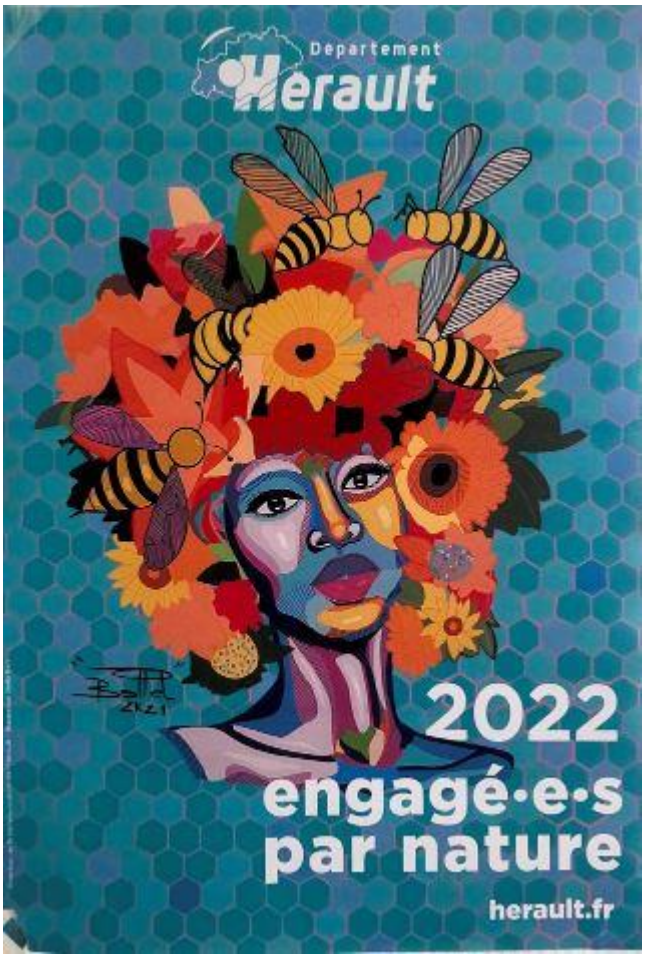


Figure 93 Affiche collectée dans une structure territoriale de solidarité, Montpellier le 01/06/2023, photo Imad Errouane

désormais appeler « paratraducteur » n'est pas insensible à cela s'il est amené à transposer ce melting-pot de signes, de symboles et de genres dans d'autres langues dans le cadre des échanges interculturels ou touristiques.

Bibliographie par thème

Communication et marketing du tourisme

Allard, P. (2014). *Gérer la communication numérique communale: villes et villages à l'ère de l'internet.* Liège: edipro.

Annette, P., & Jaworski, A. (2005). Discourse, Communication and Tourism Dialogues : Scope, aims and approaches. Dans A. Jaworski, & A. Pritchard, *Discourse, Communication and Tourism* (pp. 1-13). Toronto: Channel View Publications.

Barth, I., & Bobot, L. (2010). Penser la négociation commerciale. *Négociations*(13), pp. 5-22. doi:10.3917/neg.013.0005

Batat, W., & Frochot, I. (2014). *Marketing expérienciel.* Paris: Dunod.

Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulations.* Paris: éditions galilée.

Beaudry, G. (2011). *La communication scientifique et le numérique.* Paris: Lavoisier.

Bonhomme, M., & Adam, J.-M. (2012). *L'argumentation publicitaire.* Paris: Armand Colin.

Boucher, A. (2020). *Ergonomie web & UX Design.* Paris: Eyrolles.

Campion, B. (2012). *Discours narratif, récit non-linéaire et communication des connaissances.* Louvain: Presses Universitaires de Louvain.

Canivet, I., & Hardy, J.-M. (2012). *La stratégie de contenu en pratique.* Paris: Eyrolles.

Clotilde , M., & Ba, A. (2007). L'interraction cognitive dans l'innovation toursitique. (l'Harmattan, Éd.) *Marché et Organisations, 1*(3), pp. 19-34. doi:DOI 10.3917/maorg.003.0019

Courbieres, C. (2008). La question documentaire à l'épreuve du numérique: le recours aux fondamentaux. Dans R. Boure, *Organisation des connaissances à l'ère numérique* (pp. 41-51). Toulouse: Presses Universitaire du Mirail.

Coutlée, G. (2005). Guillaume de Humboldt et la communication. Dans P. Mongeau, & J. Saint-Charles, *Communication : Horizon de pratique et de recherche* (pp. 29-51). Québec: Presses de l'université du Québec.

De Romanet, A. (2015, Aout). Portes d'entrées dans un pays, les aéroports jouent un rôle crucial dans l'accueil des touristes. *Anales des mines- Réalites industriels*(3), pp. 43-46.

Decroly, J.-M. (2015). *Le tourisme comme expérience: Regards interdisciplinaires sur le vécu touristique.* Québec: Presses universitaires du Québec.

Denieuil, P.-N. (2009). L'image et la mise en scène du patrimoine au Maghreb. Dans P.-N. Denieuil, & K. Boissevain, *Socio-anthropologie de l'image au Maghreb* (pp. 09-16). Paris: l'Harmattan.

Denieuil, P.-N. (2009-2010). L'image et la mise en scène du patrimoine au Maghreb: Anthropologie de la mémoire. Dans P.-N. Denieuil, & K. Boissevain, *Socio-anthropologie de l'image au Maghreb* (pp. 9-14). Paris: l'Harmattan.

Dionysis, G., Bruger, M., & Baide H, F. (2005). *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité.* Paris: l'Harmattan.

Dobiecki, B. (1984). *Guide pratique pour communiquer par écrit.* Paris: Éditions ouvrières.

Duthion, B., & Mandou, C. (2016). *L'innovation dans le tourisme.* Bruxelles: deBoeck supérieur.

Fijalkow, Y. (2017). *Dire la ville, c'est faire la ville: la performativité des discours sur l'espace urbain.* Villeneuve d'Asq: Presses Universitaire Septentrion.

Filloux, D., & Vienne, N. (2021). *L'évènementiel, présent et avenir: méthodes, enjeux et prospectives.* Londres: ISTE editions.

Hemelryk Donald, S., & G.Gammack, J. (2016). *Tourism & the branded city.* Londres - New York: Roultedge.

Héritier, S. (2018). Héritages, lieux et médiation. Dialogue des lieux et du temps au service d'un récit canadien. Dans M. Bergère, H. Harter, & C. Hinault, *Mémoires canadiennes* (pp. 31-45). Presses Universitaires de Rennes.

Hudson, S. (2008). *Tourism and Hospitality Marketing.* Londres: SAGE Publications ltd.

Jack, G., & Phipps, A. (2005). *Tourism & Intercultural exchange: why tourism matters.* Clevedon - Buffalo - Toronto: Channel View Publications.

Jammet, T., & Linder, A. (2019, 06 12). Les destinations touristiques au défi de leur promotion numérique. Réflexions sociologiques à partir du cas de la Suisse. *Téoros, 38*(2). Consulté le 08 31, 2023, sur http://journals.openedition.org/teoros/3725

Kebrat-Orecchioni, C. (2005). Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l'«ile de l'Aphrodite ». Dans G. Dionysis , M. Burger, & F. Baide H, *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité* (pp. 133-150). Paris: l'Harmattan.

Lambert, P. (2021). Compétene de communication. *Langage et Société (Hors Série)*, pp. 57-60. doi:0.3917/ls.hs01.0058

Lozato-Giotart, Leroux, E., & Balfet, M. (2012). *Le management du tourisme: Territoires, Offres et Stratégies.* Paris: Pearson France.

Luginbühl, Y. (2012). *Mise en scène du monde, construction du paysage européen.* Paris: CNRS éditions.

Monerau, M. (2008). *Management des organisations touristiques.* Paris: Editions Bréal.

Petr, C. (2015). *Le Marketing du tourisme.* Paris: Dunod.

Raus, R., Cappelli, G., & Flinz, C. (2017). *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel Vol. II.* Firenze: Firenze University Press.

Reyberole, J. (2005). L'acte définitoire dans les guides touristiques. Dans G. Dionysis, M. Burger, & F. Baider H, *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité* (pp. 173-190). Paris: l'Harmattan.

Stimec, A. (2011). *La négociation.* Paris: Dunod.

Stockinger, P. (2017). Éléments théoriques et méthodologiques pour une expertise des sites webs. Dans S. Rouquette, *Site internet: audit et stratégie* (pp. 133-158). Bruxelles: De Boeck.

Tricot, A., & Bastien, C. (2008). L'évaluation ergonomique des documents électroniques. Dans A. Chevalier, & A. Tricot, *Ergonomie des documents électroniques* (pp. 205-227). Paris: Presses Universitaires de France.

Vargiolu, E., & Moncet, J.-L. (1988). *10 ans Paris Dakar.* Paris: Albin Michel.

Viallon, P. (2005). La méditerranée au risque de la communication touristique. Dans G. Dionysis, M. Burger, & F. Baider H, *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité* (pp. 191-214). Paris: l'Harmattan.

Wagnon, C. (2001). L'émergence d'une curiosité pour l'industrie. Le cas de la France. Dans M.-M. Damien, C. Sobry, & (. G. Tourisme, *Le tourisme industriel, le tourisme de savoir faire ?* (pp. 33-54). Paris: l'Harmattan.

Études culturelles

Aguiar, C., & Nhouyvanisvong, K. (2010). *Guide pratique de la négociation internationale.* Paris: l'Harmattan.

Al Agha, W. (2018). *qirâ'ât fî Al-naqd Al-fannî (khatm al-firdaws al-mafqûd) al-adab wal-lugha.* Amman, Jordanie: Yazouri Group for Publication and Distribution.

Baba Hamed, F. (2006). *Tranche de vie par el-Guellil.* Oran: Dar El Gharb.

Benouis, F., Chérid, H., & Derias, L. (2022). *Une architecture de la lumière. Les arts de l'Islam en Algérie.* Vienne: Musée sans frontières.

Boudjedra , R., Caron, L., & Charbonneau-Tissot, C. (1984). *L'écrivain et l'espace : Communications de la douzième rencontre québécoise internationale des écrivains tenus à Québec du 27 avril au 1er Mai.* Québec: L'Hexagone.

Chaubet, F. (2018). *La mondialisation culturelle.* Paris, France: Presses Universitaires de France.

Étienne, M. (2010). Afrocentristes et collections égyptiennes. Dans J.-P. Chrétien, C.-H. Perrot, F. Xavier, & A. Fauvelle, *Afrocentrismes: Histoire des Africains entre Égypte et Amérique* (éd. 3ème, pp. 213-229). Paris: Karthala.

Gob, A., & Drouguet, N. (2021). *La Muséologie: Histoire, développement, enjeux actuels.* Paris: Armand Colin.

Labrot, G. (1987). *L'image de Rome, une arme pour la contre-réforme 1534-1677.* Seyssel: Champ Vallon.

Lepage, F. (2003). *La littérature pour jeunesse 1970 - 2000.* Québec: Fides.

Michel, B. (2022). *Les quartiers culturels et créatifs: Ambivalence de l'art et de la culture dans la ville post-industrielle.* Paris: Le Manuscrit.

Nazet, M., & Nonjon, A. (2018). *Atlas des 160 lieux stratégiques du monde.* Paris: Ellipses.

OECD. (2012). *Designing Local Skills Strategies.* Plusieurs villes: OECD.

Paez, T. (2011). *Le jeu vidéo : Ce que nous y cherchons.* Paris: Publibook/Sociétés écrivains.

Pontoizeau, P.-A. (1992). *La communication culturelle.* Paris: Armand Colin.

Tahar, A. (2018). Médina de Tlemcen, du temps des Anciens à ce jour. Dans G. Buti, E. Malamut, & M. Ouerfelli, *illes en Méditerranée au Moyen Âge et à l'époque moderne* (pp. 139-165). Aix-en-Provence: Presses universitaires de Provence.

Yuste Frías, J. (1991). Le 13 sacralisé: pour une symbolique de l'espace dans le pèlerinage de Charlemagne. *Textos*, pp. 73-94.

Zeghidour, S. (1982). *La poésie arabe moderne entre l'islam et l'occident.* Paris: Karthala.

Géographie et espace touristique

Frémont, A. (1976). *La région, espace vécu.* Paris: Presses Universitaires de France.

Frémont, A. (2008). Le temps, les territoires, les citoyens. Dans A. Frémont, S. Allemand, & É. Heurgon, *Aménagement du territoire: changement de temps, changement d'espace* (pp. 7-14). Caen: Presses universitaires de Caen.

George, P. (1970). *Dictionnaire de la géographie.* Paris: Presses Universitaires de France.

Greffier, L. (2013). *Animer le territoire: territorialiser l'animation.* Bordeaux: Carrières sociales.

Gugler, J. (2004). *World cities beyond the west.* Edinburgh: Cambridge University Press.

Humain-Lamoure, A.-L., & Laporte, A. (2022). *Introduction à la géographie urbaine.* Paris: Armand Colin.

Paulet, J.-P. (2009). *Géographie urbaine.* Paris: Armand Colin.

Segbers, K., Raiser, S., & Volkmann, K. (2007). *The making of global city regions.* Baltimore: John Hopkings University Press.

Siino, C., Laumière, F., & Leriche, F. (2003). *Métropolisation et Grands Équipements structurants.* Toulouse: Presses Universitaires du Mirail.

Zhenhua, Z. (2020). *Global cities, past, present and future.* New Delhi - Thousand Oaks - Londres - Singapore: Sage Publications.

Zhenhua, Z. (2020). *Global cities, past, present and future.* New Delhi - Thousand Oaks - Londres - Singapore: Sage Publications.

Littérature, linguistique et analyse de discours :

Amacker, R. (1975). *La linguistique saussurienne.* Paris: Librairie Droz.

Angenot, M. (1992). Que peut la littérature ? sociocritique littéraire et critique du discours social. Dans C. Duchet, *La politique du texte: Enjeux sociocritiques* (pp. 9-28). Lille: Presses Universitaires de Lille.

Anscombre, J.-C., & Oswald, D. (1976). L'argumentation dans la langue. *Langages*(42), pp. 5-27. doi: https://doi.org/10.3406/lgge.1976.2306

Armand, F. (2021). L'enseignement du français en contexte de diversité linguistique au Québec : idéologies linguistiques et exemple de pratiques en salle de classe. Dans M. Potvin, M.-O. Magnan, J. Larochelle-Audet, & J.-l. Ratel, *La diversité ethnoculturelle, religieuse et linguistique en éducation.* Montréal: FIDES Education.

Baccino, T., Salmerón, L., & Cañas, J. (2008). La lecture des hypertextes. Dans A. Chevalier, & A. Tricot, *Ergonomie des documents électroniques* (pp. 09-34). Paris: Presses Universitaire de France.

Ba'labakkī, M. (1979). *Al-bu'asâ'.* Beyrouth: Dâr-al'ilm lilmalâyîn.

Baltràn-Palanques, V. (2017). The Distinctive Multimodal Nature of Pragmatic Competence: Bridging the Gap between Modes. Dans V. Bonsignori, & B. Crawford Camiciottoli, *Multimodality Accross Communicative Settings, Discourse Domains and Genres* (pp. 93-114). Newcastle: Cambridge Scholar Publishing.

Barthes, R. (1966). Introduction à l'analyse structurale des récits. *Communications*(8), 1-27. doi:https://doi.org/10.3406/comm.1966.1113

Barthes, R., Beauchamp, P., Bouillard, H., & Courtès, J. (1971). *Exégèse et Herméneutique.* Paris: Éditions du Seuil.

Beacco, J.-C. (1999). *L'astronomie dans les médias : Analyses linguistiques de discours de vulgarisation.* Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Behr, I. (2018). *Langue, économie et entreprise: le travail des mots.* Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Ben Jelloun, T. (2001). *Cette aveuglante absence de lumière.* Paris: Seuil.

Berner, C. (2010). « Interpréter est un art », les grandes lignes de l'herméneutique de Schleiermacher. Dans P. Wotling, *L'interprétation* (pp. 63-84). Paris: Vrin.

Bertrand, D. (1999). *l'Aventure rhétorique: parler pour convaincre.* Paris: Gallimard-éducation.

Boulanger, J.-C. (2003). *Les inventeurs de dictionnaires : de l'éduba des scribes mésopotamiens au scriptorium des moins médiévaux.* Ottawa: Les presses de l'université d'Ottawa.

Bourkhis, R. (2012). *Éléments de rhétorique.* Louvain-la-Neuve: l'Harmattan & Academia.

Chabrolle-Cerettini, A.-M. (2007). *La vision du monde de Wilhelm Von Humboldt : Histoire d'un concept linguistique.* Lyon: ENS Éditions.

Charaudeau, P. (2011). *Les médias de l'information.* Bruxelles: De Boeck Supérieur.

Dekens, O. (2015). *Le structuralisme.* Paris: Armand Colin.

Delbecque, N. (2006). *Comprendre comment fonctionne le langage.* Bruxelles: De Boeck – Duculot.

Delpla, I. (2001). *Quine, Davidson, le principe de charité.* Paris: Presses Universitaire de France.

Doury, M. (2021). *Argumentation: Analyser textes et discours.* Paris: Armand Colin.

Dubois, J. (2001). *Dictionnaire de linguistique.* Paris.

Ducrot, O. (2004). Argumentation rhétorique et argumentation linguistique. Dans M. Doury, & S. Moirand, *l'argumentation aujourd'hui: positions théoriques en confrontation* (pp. 17-34). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Eco, U. (1992). *Les limites de l'interprétation.* Paris: Éditions Grasset.

Élissalde, Y. (2000). *Critique de l'interprétation.* Paris: Librairie Philosophique J.Vrin

Encyclopaedia Universalis. (2015). Le Structuralisme. Dans E. Universalis, *Dictionnaire des Idées & Notions en Sciences humaines* (pp. 355-413). Bruxelles: Encyclopaedia Universalis.

Francesconi, S. (2014). *Reading tourism texts.* Bristol-Buffalo-Torronto: Channel View Publications.

Fuchs, C. (2004). *La linguistique cognitive.* Paris: Ophrys.

Garza-Cuarón, B. (1991). *Connotation and meaning.* New York: Mouton De Gruyter.

Genette, G. (1982). *Palimpsestes: la littérature au second degré.* Paris: Seuils.

Genette, G. (1987). *Seuils.* Paris: Seuils.

Grondin, J. (2022). *l'herméneutique.* Paris: Presses Universitaires de France.

Guibert, R. (2003). *Former des écrivants.* Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaies de Septentrion.

Hagège, C. (1992). *Le souffle des langues : voies et destins parlés en Europe.* Paris: Odile Jacob.

Hagége, C. (1996). *L'enfant aux deux langues.* Paris: Odile Jacob.

Hagége, C. (2020). *La structure des langues.* Presses Universitaires de France.

Heyndels, R. (1977). Etude du concept de vision du monde, sa portée en théorie de la littérature. *L'homme et la société*(43-44). doi:http://dx.doi.org/10.3406/homso.1977.1898

Hugo, V. (2009, Février 20). Les misérables. (U. d. Harvard, Compilateur) Harvard: Routledge & sons 1887. Consulté le 10 15, 2022, sur https://urlz.fr/jxTp (télécharge sur pdf)

Ibn Batuta. (1853). *Voyages d'Ibn Batoutah* (Vol. II). (C. Defrémery, & B. Sanguinetti, Trads.) Paris, France: Imprimerie royale de Paris.

Jacques, F. (2015). Existe-t-il des universaux de langage ? Dans N. Journet, & J.-F. Dortier, *Les clés du langage : Nature, origine, apprentissage* (pp. 29-37). Auxerre: Sciences humaines éditions.

Kleiber, G. (2004). *La sémantique du prototype* (éd. 2 ème). Paris: Presses universitaires de France.

Lane, P. (1992). *La périphérie du texte.* Paris: Éditions Nathan.

Le Prieult, H. (2006). *Grammaticalité : traditions et modernité.* Toulouse: Presses universitaires du mirail.

Le Quellec, J.-L., & Sergent, B. (2017). *Dictionnaire critique de mythologie.* Paris: CNRS éditions.

Lebrun, M., & Lacelle, N. (2012, juin 15). Le document multimodal: le comprendre et le produire en classe de français. *Repères, 45*, pp. 81-95. doi:DOI : https://doi.org/10.4000/reperes.141

Lebrun, M., & Lacelle, N. (2015). De l'hypotexte à l'hypermédia: illustrations du processus d'écriture hypertextuelle multimodale. Dans I. Saleh, V. Carayol, & S. e. Leleu-Merviel, *Le numérique à l'ère de l'Internet des objets, de l'hypertexte à l'hyper-objet H2PTM'15* (pp. 21-35). Londres: ISTE Éditions.

Leduc-Adine, J.-P. (2004). Roman, illustration/réception. Dans B. (. Laville, *Champ littéraire, fin de siècle autour de Zola* (pp. 41-56). Bordeaux: Presses Universitaires de Bordeaux.

Létourneau, A. (1998). *L'herméneutique de Maurice Blondel.* Montréal: les Éditions des Fides.

Maingueneau, D. (1976). *Initiationa aux méthodes de l'analyse du discours: problèmes et perspectives.* Paris: Classiques Hachette.

Maingueneau, D. (1984). *Genèses des discours.* Bruxelles: Pierre Madraga.

Maingueneau, D. (1996). *Les termes clés de l'analyse du discours.* Paris: Seuils.

Maingueneau, D. (2013). Genres de discours et web : existe-t-il des genres web ? Dans C. Barats, *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 74-98). Paris: Armand Colin.

Maingueneau, D. (2021). *Analyser les textes de communication.* Paris: Armand Colin.

Maingueneau, D. (2021). *Discours et analyse du discours.* Paris: Armand Colin.

Maingueneau, D., & Charaudeau, P. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours.* Paris: Seuil.

Malaval, P., & Décaudin, J.-M. (2005). *Pentacom: Communication Corporate, interne, financière, marketing b-to-c et b-to-b.* Orléans: Pearson Education France.

Marchand, S. (2010). Saint Augustin et l'éthique de l'interprétation. Dans P. Wotling, *L'interprétation* (pp. 11-35). Paris: Vrin.

Martin, R. (2014). Sur les universaux du langage. *Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 158*(02), pp. 843-874.

Mazière, F. (2018). *L'analyse du discours: Histoire et pratiques.* Paris: Presses Universitaires de France.

Mendenhall, V. (1990). *Une introduction à l'analyse du discours: des savoirs et savoir-faire fondamentaux.* Ottawa: Les presses de l'Université d'Ottawa.

Moreau, M.-L. (1997). *Sociolinguistique : concepts de base.* Bruxelles: Mardaga.

Mushipo Mbombo, D. (2019). *L'herméneutique classique et son histoire.* Paris: Éditions du Cerf.

Neveu, F. (2004). *Dicionnaire des sciences du langage.* Paris: Armand Colin.

Piaget, J. (1972). *Le structuralisme.* Paris: Presses Universitaires de France.

Plaud, S. (2017). *Wittgenstein. Sortir du labyrinthe: Sortir du labyrinthe.* Paris: Belin.

Polguère, A. (2016). *Lexicologie et Sémantique lexicale : Notions fondamentales* (éd. 3e). Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.

Pothier, B. (2011). *Contribution de la linguistique à l'enseignement du français.* Québec: Presses de l'Université du Québec.

Rastier, F. (2001). *Arts et sciences du texte.* Paris: Presses Universitaires de France.

Rey, A. (2010). *Dictionnaire historique de la langue française.* Paris: Nathan.

Ricoeur, P. (1986). *Du texte à l'action, essais d'herméneutique II.* Paris: Seuil.

Ricoeur, P. (2010). *Écrits et conférences 2 Heméneutique.* Paris: Seuils.

Rivarol, A. (1797). *De l'universalité de la langue française: sujet proposé par l'Académie de Berlin en 1783.* Paris: Fauche.

Rivenc, F. (1998). *Sémantique et vérité: de Tarski à Davidson.* Paris: Presses Universitaires de France.

Robin, R. (1992). Pour une socio-poétique de l'imaginaire social. Dans C. Duchet, *La politique du texte : enjeux sociocritiques.* (pp. 95-121). Lille: Presses Universitaires de Lille.

Sciarrino, E. (2016). *Le plurilinguisme en littérature: le cas de l'italien.* Paris: Archives contemporaines.

Shyirambere, S. (1978). *Contribution à l'étude de la sociolinguistique et du bilinguisme.* Paris: CNRS.

Toursel, N., & Vassevière, J. (2011). *Littérature: Textes théorique et critique.* Paris: Armand Colin.

Trimaylle, C., & Vernet, S. (2021). Marché linguistique. *Langage et Société*, pp. 229-232. doi:0.3917/ls.hs01.0230

Tutin, A., & Grossmann, F. (2002). Collocations régulières et irrégulières : Esquisse de Typologie du phénomène collocatif. *Revue française de linguistique appliquée, 7*(1), pp. 7-25.

Van Dijk, T. (2011). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction.* Londres: Sage Publications.

Vauegois, D. (2002). *L'épreuve du livre, Henri Matisse roman d'Aragon.* Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaire Septentrion.

Vernant, D. (2016). *Du discours à l'action.* Paris: Presses Universitaires de France.

Vigner, G. (2015). *Français langue seconde: comment apprendre le français au élèves nouvellement arrivés.* Hachette éducation.

Paratraduction :

Garrido Vilariño, X., & Yuste Frías, J. (2022). Traducción & paratraducción: Líneas de investigación. *Traducción & paratraducción I*. doi:DOI 10.3726/b16522

Yuste Frías, J. (2010). Au seuil de la traduction : la paratraduction. Dans N. Ton, *Event or Incident, Évènement ou Incident, On the role of Translation in the Dynamics of Cultural Exchange. Du rôle des traduction dans les processus d'échange culturels.* (pp. 287-316). Bern, Bruxelles, Frankfurt, New York, Oxford: Peter Lang.

Yuste Frías, J. (2015). Paratraducción: la traducción de los márgenes, al margen de la traduccíon. *D.E.L.T.A, 31*(spécial), pp. 317-347.

Yusté Frías, Y. (2012). Paratextual Elements in Translation: Paratranslating Titles in Children's Literature. Dans A. Gil-Bajardí, S. Rovira-Esteva, P. Orero, & eds, *Translation*

Peripheries. Paratextual Elements in Translation, (pp. 117-134). Frankfurt, Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford: Peter Lang.

Ressources de diverses disciplines

Benyoucef, F. (2008). l'Algérie face à la mondialisation : Enjeux pétroliers et enjeux de développement. Dans T. Chenntouf, *l'Algérie face à la mondialisation* (p. 317). Paris: CODESRIA.

Bouras, D. (2008). Les contraintes de l'intégration de l'économie algérienne à la mondialisation : Crise du modèle de transition et prégnance des intêrets des acteurs. Dans T. Chenntouf, *l'Algérie face à la mondialisation* (p. 317). Dakar: Conseil pour le Développement en Sciences Sociales en Afrique (CODESRIA).

Bouvier, B. (1990). *Mes 333 jours chez les Têtes-de-Boule*. Quebec: Editions JML.

Chanlat, J.-F. (1990). *L'individu dans l'organisation: les dimensions oubliées.* Laval: Presses de l'Université de Laval.

Chitour, C. (2019). *Histoire de l'Algérie: De la résiliance à la quête de modernité.* Alger: Chihab éditions.

Clément, D. (2014). *La terre qui pousse* (éd. 2e). Laval: Presses de l'Université Laval.

Clergerie, J.-L., Gruber, A., & Rambaud, P. (2016). *l'Union Européenne* (éd. 11ème). Paris: Dalloz.

CNNum. (2014). *Neutralité des plateformes: réunir les conditions d'un environnement numérique ouvert et soutenable.* Paris: Conseil National du Numérique (CNNum).

Damon, J. (2016). George Orwell. La fable contre le totalitarisme. Dans D. Julien, *100 penseurs de la société* (pp. 167-168). Paris: Presses Universitaires de France.

Danglade, J.-P., & Maltesse, L. (2014). *Marketing sportif et évenementiel sportif.* Dunod.

Dinet, J., & Bastien, C. (2011). *L'ergonomie des objets et des environnements physiques et numériques.* Paris: Lavoisier.

Dufour , J.-C., & Maisonnas, S. (1997). *Marketing et Services: Du Transactionnel au Relationnel.* Québec: Presses de l'Université de Laval.

El Hawi, E. (1959). *fannul-wasfi wa tatawuruhu fi aši'ri-l'arabi* (éd. 2ème). Beyrouth: manšūrāt dār-ašarq-al-jadîd.

El Yahyaoui, Y. (2021). *Économie des plateformes numériques: Captation de la valeur, pouvoir de marché et communs collaboratifs.* Paris: l'Harmattan.

Gauthier, Y., & Kermarec, J. (1977). *Naissance et croissance de la République Algérienne Démocratique et Populaire.* Paris: FeniXX.

Godin, C. (1997). *la Totalité 5.* Paris: Champ Vallon.

Hourst, B. (2011). *Former sans ennuyer: Concevoir et réaliser des projets de formation et d'enseignement.* Paris: Editions Eyrolles.

Jouan, F., & Molina, M. (2007). *Naissance et Connaissance.* Wavre: Mardaga.

Jouve, E. (1984). *l'Organisation de l'Unité Africaine.* Paris: Presses Universitaires de France.

Lalande, A. (1988). *Vocabulaire technique et critique de la philosophie.* Paris: Presses Universitaire de France.

Leperlier, T. (2018). *Algérie, les écrivains de la décennie noire.* Paris: Éditions CNRS.

Metais-Wiersch, E., & Autissier, D. (2016). *La transformation digitale des entreprises: les bonnes pratiques.* Paris: Eyrolles.

Nicot, A.-M. (2020). La Plateformisation: vers une économie plus collaborative ou plus polarisée ? Dans M. Abel, H. Claret, & P. Dieuaide, *Plateformes numériques, utopie, réformes ou révolution ?* (pp. 17-30). Paris: l'Harmattan.

Ostner, I. (1992). Technologie, Quotidien, Lebenswelt. Dans A. Gras, B. Joerges, & V. Scardigli, *Sociologie des techniques de la vie quotidienne* (pp. 19-30). Paris: l'Harmattan.

Peña, L. (1979). *contradiction et vérité : Étude sur les fondements et la portée épistémologique d'une logique contradictoire.* Liège: Université de l'État de liège.

Pinto, J., & Sévigné, A. (2021). *Le manuel des entretiens de motivations.* Paris: Elipses.

Racquez, S. (2011). *Innovation créatrice.* Belgique: Primento.

Rebotier, J. (2021). *Les risques de l'anthropocène: regards alternatifs sur l'urgence environnementale.* Londres: ISTE éditions.

Revue Française de psychanalyse. (2003, Automne). L'interptétation. *Revue tracés n°4, 4*.

Richardson, J. (2006). *Manuel de maitrise de l'internet.* Strasbourg: Conseil de l'Europe.

Rouquette, S. (2009). *L'analyse des sites internet: une radiographie du cyberesp@ce.* Bruxelles: De Bœck.

Rouquette, S. (2017). Déterminer la stratégie d'un site web: l'exemple de tripadvisor.fr et du figaro.fr. Dans S. Rouquette, *Site internet: audit et stratégie* (pp. 77-105). Bruxelles: De Boek Supérieur.

Ruquoy, D., & Remy, J. (2019). *Méthode d'analyse de contenu et sociologie.* Saint-Louis: Presses de l'Université de Saint-Louis.

Sid Ahmed, A. (2001). Algérie : quel développement ? Paradigme du consensus de Washington ou Paradigme asiatique. Dans A. Mahiou, & J.-R. Henry, *Où va l'Algérie ?* (p. 305). Aix-en-Provence: Institut de recherches et d'études sur les mondes (IREMAM).

Tlemçani, R. (2008). Infitah, globalisation et corruption. Dans T. Chenntouf, *l'Algérie face à la mondialisation* (p. 317). Paris: Conseil pour le Développement de la Recheche en Sciences Sociales en Afrique (CODESRIA).

Van Dyke, J. (2019). *le Désert.* Marseille: Le mot et le reste.

Sémiotique visuelle

Barthes, R. (1961). Le message photographique. *Communication* (1), pp. 127-138. doi:https://doi.org/10.3406/comm.1961.921

Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communication*(4), pp. 40-51. doi:https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027

Bartosz, S. (2019). On Botched Cinematic Transformations of Video Games. Dans D. Callahan, & A. Barker, *Body and Text: Cultural: Cultural Transformations in New Media Environments* (pp. 173-190). Aveiro: Springer.

Berthou, B. (2016). *Éditer la bande dessinée.* Paris: Éditions du Cercle de la librairie.

Bordon, E. (2004). *L'interprétation des pictogrammes: approche interactionnelle d'une sémiotique.* Paris: l'Harmattan.

Chion, M. (2018). *Le son.* Paris: Armand Colin.

Culler, J. (1988). *Framing the sign: Criticism and its institutions.* Oxford: University of Oklahoma Press.

Danset-Léger, J. (1980). *L'enfant et les images de la littérature enfantine.* Liège-Bruxelles: Pierre Madraga.

Davallon, J. (1983). L'espace de lecture de l'image. *Actes sémiotiques - Documents, 49,* pp. 1-12.

Debray, R. (1992). *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en occident.* Paris: Éditions Gallimard.

Decharneux, B., & Nefontaine, L. (1998). *Le symbole.* Paris: Presses Universitaire de France.

Delannoy, P.-A. (1981). L'image dans le livre de lecture. *Communication*(33), pp. 197-221.

Eisner, W. (1985). *comics & sequential art.* Floride: Poorhouse Press.

El Ftouh, A. (1997). Rapports texte/image dans la traduction de publicités. Dans É. s. Traduction, *L'image: Limites de l'interprétation et de la traduction* (pp. 83-97). Tanger: Publications de l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction.

Galienne, A. (2019). *Les 100 mots de la couleur.* Paris: Presses universitaires de France.

Genin, C. (2007). Cadre et démesure. Little Nemo sans repères. Dans P. Fresnault-Deruelle, & J. Samson, *Poètiques de la bande dessinée.* Paris: l'Harmattan

Golka, M. (2014). la catégorisation linguistique des couleurs : Niveaux d'élémentarité des noms de couleurs français. *Cognitives studies*(14), pp. 131-147. doi:10.11649/cs.2014.012

Gorelik, P. (2007). Décodage du message publicitaire scripto-iconique: plaisir multiforme, Essai d'interprétation de parfums. Dans L. Hébert, & F. Rioux , *Le Plaisir des signes: Euphories et Dysphories des signes* (pp. 122-129). Québec: Presses Université de Laval.

Grand-Clément, A. (2009). Sophocle, le grand maître d'école et les « Langages de la couleur ». Dans M. Carastro, *L'antiquité en couleur : Catégories, pratiques, représentations* (pp. 64-81). Grenoble: Jerôme Millon.

Heilbrunn, B. (2006). *Le logo.* Paris: Presses Universitaires de France.

Huygue, R. (1965). *Les puissances de l'image: bilan d'une psychologie de l'art.* Paris: Flammarion.

Jacobi, D., & le Roy, M. (2013). *La signaletique patrimoniale: Principes et mise en oeuvre.* Paris: Érrance.

Joly, M., & Jessie, M. (2021). *Introduction à l'analyse de l'image.* Paris: Armand Colin.

Louvel, L. (2002). *Texte/Image, images à lire textes à voir.* Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Marrion, P. (1996). Propositions pour une médiatique narrative appliquée, lecture d'un reportage photographique de Paris Match. Dans A. González, A. González Salvador, & J. Baetens, *Le Roman-photo: actes du colloque de Calaceite (Fondation NOESIS), 21-28 août 1993* (pp. 156-179). Amsterdam: Editions Rodopi.

Otte, M. (2015). *L'universalité des signes graphiques.* Paris: l'Harmattan.

Pérez-González, L. (2019). Multimodality. Dans G. Saldanha, & M. Baker, *Routledge encyclopedia of translation studies* (éd. 3ème, pp. 46-51). New York: Routledge.

Pettit, Z. (2008). Le rôle de l'image dans la traduction d'un texte multimodal. Dans J.-M. Lavaur, & A. Şerban, *La traduction audiovisuelle: Approche interdisciplinaire du sous-titrage.* (pp. 101-111). Bruxelles: De Boeck .

Plécy, A. (1971). *Grammaire élémentaire de l'image: comment lire les images, comment les faire parler.* Paris: Marabout.

Ribeyrol, C. (2009). La couleur chez les esthètes anglais. Dans M. Carastro, *L'antiquité en couleur: catégories, pratiques, représentations* (pp. 44-61). Grenoble: Jérôme Millon.

Rosselet-Capt, M. (2019). *Le pouvoir du symbole.* Genève: Éditions Jouvence.

Rukodelnikova, M. (2015). Colour and emotional estimation of female apperances in chinese. Dans V. Bogushevskaya, & E. Colla, *Thinking colours: Perception, Translation & Representation.* Newcastle: Cambridge scholars publishing.

Saint-Martin, F. (1994). *Sémiologie du langage visuel.* Québec: Presses de l'Université du Québec.

Steiner, C. (2014). Iconic Spaces, Symbolic Capital and the Political Economy of Urban Development in the Arab Gulf. Dans S. Wippel, K. Bromber, C. Steiner , & B. Krawietz, *Under Construction: Logics of Urbanism in the Golf Region* (pp. 17-30). New York: Routledge.

Tazi, M. (1997). Les unités audiovisuelles minimales. Dans É. S. Tanger, *L'image: limites de l'interprétation et de la traduction* (pp. 8-25). Tanger: Publications de l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction.

Todorov, T. (1978). *Symbolisme et interprétation.* Paris: Seuils.

Tourisme et Patrimoine culturel

Ageron, P. (2018). Le territoire aéroportuaire, non lieu ou lieu nodal de consommation touristique, support du marketing territorial. Dans M. Aquilina, C. Mahéo, & F. Pugnière-Saavedra, *La communication touristique: vers de nouvelles interfaces ? du discours aux représentations territoriales* (pp. 107-120). Laval: Presses de l'université de Laval.

Amirou, R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel.* Paris: Presses Universitaires de France.

Amirou, R., Pauget, B., & Lenglet, M. e. (2011). De l'image à l'imagerie en passant par l'imaginaire: une interprétation du tourisme à partir des représentations proposées par dix villes européennes. *Recherches en sciences de gestion, 5*(86), pp. 87-102.

Amougou, E. (2004). *La question patrimoniale. De la patrimonialisation à l'examen des situations concrètes.* Paris: l'Harmattan.

Anastasiadou, C. (2006). Tourism and the European Union. Dans D. Hall, M. Smith, & B. Marciszewska, *Tourism in the new Europe* (pp. 20-31). Oxford: CAB International.

Arab, C., & Guibert, C. (2016). Tourisme, surf et genre, À contre-courant, des Marocaines à la mer. Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 151-176). Paris: l'Harmattan.

Asloum, N., Aupretre, A., & Chadennier, F. (2008). *Initiation aux métiers de l'aménagement: paysage, forêt,eaux, nature, animation.* Dijon: Educagri.

Auzias, D., & Labourdette, J.-P. (2017). *Algerie 2017/2018 Petit Futé Country guides.* Paris: Petit futé.

Barbet, C. (1907). *La perle du Maghreb.* Alger: Imprimerie Sadie-Carnot.

Bargès, J.-J. (1859). *Tlemcen, ancienne capitale d'un royaume de ce nom.* Paris: Librairie de l'institut et de la bibliothèque impériale.

Baron-Yellès, N. (1999). *Le tourisme en France.* Paris: Armand Colin.

Bédard, F., & Larbi, S. (2014). L'expérience des ateliers créatifs dans les riads de Marrakech comme antécédent: de la satisfaction du visiteur, de l'image qu'il se fait, de la destination et de son engagement envers la destination. Dans B. Kadri, & B. Djamel, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 65-81). Paris: l'Harmattan.

Bel, A. (1909). *Guide illustré du touriste: Tlemcen et ses environs.* Oran: Fouque.

Bel, A., & Picard, P. (1913). *Le travail de la laine à Tlemcen.* Alger: Typographie Adolphe Jourdan.

Benkari, N. (2003). La politique patrimoiniale dans les pays du Maghreb: le cas de Tlemcen. Dans M. Gravari-Barbas, & S. Guichard-Anguis, *Regards croisés sur le patrimoine dans le monde à l'aube du XXIe siècle* (pp. 179-190). Paris: Presses de l'univerité de Sorbonne nouvelle.

Bensadek, C. (2019). Les aires protégées du Sahara algérien, entre traditions et enjeux contemporains: perspectives d'écodéveloppement au coeur des parcs culturels du Tassili Ahaggar (Algérie). *Maghreb-Machrek*(269), pp. 117-139.

Béteille, R. (1996). *Le tourisme vert.* Paris: Presses Universitaires de France.

Bord, J.-P. (2002). La carte, l'espace et le territoire. Dans J. Yves, & C. (. Calenge, *Lire les territoires: perspectives villes et territoires* (pp. 207-218). Tours: Presses universitaires François-Rabelais.

Boyer, M. (2007). *Le tourisme de masse'.* Paris: l'Harmattan.

Bridonneau, M. (2015). Usages et instrumentalisation d'un patrimoine pluriel : les églises de Lalibela (Éthiopie). Dans D. Moisa, & J. Roda, *La diversité des patrimoines: Du rejet du discours à l'éloge des pratiques* (pp. 179-200). Québec: Presses de l'Université du Québec.

Brocard, M., & Lecoquierre, B. (2016). Penser et délimiter les territoires. Dans A. Frémont, & Y. Guermond, *La région, de l'identité à la citoyenneté* (pp. 13-20). Paris: Hermann.

Bulot, T., & Veschambre, V. (2006). *Mots, Traces et Marques: dimensions spatiale et linguistique de la mémoire urbaine.* Paris: l'Harmattan.

Cazelais, N., Nadeau, R., & Beaudet, G. (1999). *L'espace touristique.* Québec: Presses de l'Université du Québec.

Conseil de l'Europe. (2015). *Gestion des itinéraires culturels: de la théorie à la pratique.* Strasbourg: Éditions du Conseil de l'Europe.

Cousin, S., & Réau, B. (2016). *Sociologie du tourisme.* Paris: La Découverte.

Cuvelier, P. (2001). Le tourisme industriel, tentative de clarification conceptuelle. Dans M.-M. Damien, C. Sobry, & G. i. tourisme, *Le tourisme industriel: le tourisme du savoir faire ?* (pp. 13-32). Paris: l'Harmattan.

De la Rouchefoucauld, B. (2007). *l'Économie du tourisme.* Paris: Éditions Bréal.

Delaplace, M., Kadri, B., Grenier, A., & Roche, Y. (2022). *Vocabulaire du discours touristique.* Québec: Presses de l'Université du Québec.

Denis, M. (2016). *Petit traité de l'espace.* Mardaga.

Derambure-Degraeve, C., Bonsang, E., & Briere-Cuzin, F. (2022). *BTS Tourisme Réceptif/Émetteur.* Paris: Elipses.

Devilla, L. (2017). Une île « à l'écart du temps »: image du patrimoine sarde dans les guides touristiques français. Dans R. Raus, G. Cappelli, & C. Flinz, *Le guide touristique: lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel Vol. II* (pp. 1-14). Firenze: Firenze University Press.

Dreyfus-Signoles, C. (2002). *L'espace touristique.* Paris: Bréal.

Duhamel, P. (2018). *Géographie du tourisme et des loisirs: dynamiques, acteurs, territoires.* Paris: Armand Colin.

Dupuy, M. (2005). *Le tourisme d'affaires comprendre, organiser, réussir.* Paris: Technip.

Flon, É. (2012). *Les mises en scène du patrimoine: savoir, fiction et médiation.* Paris: Lavoisier

Fraenkel, S., & F.Lunius, R. (2007). *Industrie de l'accueil.* Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.

Gagnon, C., & Gagnon, S. (2006). *l'Écotourisme entre l'arbre et l'écorce: De la conservation au développement viable des territoires.* Québec: Presses de l'Université du Québec.

Ghodbani, Kansab, O., & Kouti, A. (2016, Avril-Aout). Développement du tourisme balnéaire en Algérie face à la problématique de protections des espaces littoraux. Le cas des cotes mostaganmoises. *Études caribéennes*(33-34). doi:10.4000/etudescaribeennes.9305

Ghodbani, T. (2005). Les grands sites naturels des aires métropolitaines. *Rechgoun, un espace à protéger sur le littoral ouest de l'Algérie*(105). doi:10.4000/mediterranee.350

Goreau -Ponceaud, A. (2016, 07 1). Le tourisme aux suds: vers une double émergence ? *Les Cahiers d'Outre-Mer*(274). doi:10.4000/com.7915

Gravari-Barbas, M. (2020). Images et patrimoine: fabrique visuelle de la patrimonialisation et mise en tourisme. Dans M. Gravari-Barbas, *Le patrimoine mondial, mise en tourisme, mise en images* (pp. 5-12). Paris: l'Harmattan.

H.J. Otgaar, , A., Van den Berg, L., & Xi Feng, R. (2016). *Industrial Tourism: Opportunities for City and Enterprise.* New-York et Londres: Routledge.

Hall, D., & Smith, M. (2006). Enlargement implication for European Tourism. Dans B. Marciszewska, M. Smith , & D. Hall, *Tourism in new Europe* (pp. 32-43). Oxford: CAB International.

Hellal, M. (2016). La gouvernance et les pratiques d'un projet touristique; exemple de la station touristique integrée « Yasmine-Hammamet » en Tunisie. Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 263-280). Paris: l'Harmattan.

Héritier, S., & Guichard-Anguis, S. (2008). *Le patrimoine naturel entre culture et ressource.* Paris: l'Harmattan.

Hillali, M. (2003). *Le tourisme international vu du sud: Essai sur la problématique du tourisme dans les pays en développement.* Québec: Presses Universitaires du Québec.

Jafari, J. (2000). *The encyclopedia of tourism.* Londres - New York: Routledge.

Kacemi, M. (2011, Décembre). Protection et valorisation du littoral en Algérie : législations et instruments : le cas des communes littorales d'Oran. *Études caribéennes*(20). doi:10.4000/etudescaribeennes.5959

Kadri, B. (2016). La question du tourisme dans les pays arabes, une difficile reconnaissance ? Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 85-106). Paris: L'Harmattan.

Kadri, B., & Benhacine, D. (2016). *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe.* Paris: l'Harmattan.

Kadri, B., & Icheboubene, Y. (2016). La mise en tourisme du littoral: entre pratiques informelles et actions de l'État: le cas du littoral d'Azzeffoun (Algérie). Dans B. Kadri , & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 283-303). Paris: l'Harmattan.

Kadri, B., & Pilette, D. (2017). *Le tourisme métropolitain renouvelé.* Quebec: Presses de l'Université du Québec.

Keenan, J. (2004). *The lesser of Gods of the Sahara: Social changes and contested terrain amongst the tuareg of Algeria.* Portland - London: Franck Cass Publishers.

Keenan, J. (2005). The development or redevelopment of Tourism in Algeria. Dans M. A. Majumdar, & M. Saad, *Transition & Development in Algeria, economic, social and cultural exhanges* (pp. 159-174). Bristol - Portland: Intellect Books.

Kurzac-Souali, A.-C. (2012). Patrimonialisation des élites, approbation des habitants: lecture plurielle des médinas du Maroc. Dans L. Bernier, Y. Le Fur, & M. Dormales, *La Patrimonialisation de l'urbain* (pp. 41-64). Montréal: Presses de l'université du Québec.

Laplante, M. (1996). *l'expérience touristique contemporaine.* Québec: Presses Universitaires du Québec.

Lecoquierre, B. (2008). *Parcourir la terre: Le voyage de l'exploration au tourisme.* Paris: l'Harmattan.

Lecoquierre, B. (2016). Enjeux et fragilités du tourisme saharien. Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 125-136). Paris: l'Harmattan.

Levet-Labry, É. (2014). Naissance du Maroc touristique. Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 41-64). Paris: L'harmattan.

MacCannell, D. (1989). *The tourist: A New Theory of the leisure class.* New York: Shocken Books Inc.

Marçais, W., & Marçais, G. (1902). *Les monuments arabes de Tlemcen.* Paris: Gouvernement général de l'Algérie.

Mauttiaux, A. (2007). Le tourisme sportif ou comment les sports-nature et sports-aventure contribuent au développement durable des zones sensibles. Dans J.-P. Minvielle, M. Smida , & W. Majdoub, *Tourisme saharien et développement durable, enjeux et approches comparatives: actes du colloque international de Tozeur (Tunisie) du 09 au 11 novembre 2007* (pp. 141-162). Sousse: Université de Sousse, 2008.

Mazzine, H., & Adouk, N. (2016). Le tourisme international et la désarticulation de l'espace de production artisanale dans les médinas marocaines: le cas de Marrakech, Fès et Rabat. Dans B. Kadri, & D. Benhacine, *La mise en tourisme des territoires dans le monde arabe* (pp. 211-227). Paris : l'Harmattan.

Medjahdi, M. (2013). *Un hommage à un grand homme.* Sidi Belabbés: Timgadiffusion.

Medjahdi, M. (2022). *Tlemcen: le paradis de l'éternité: une cité millénaire, un musée à ciel ouvert.* Paris: Éditions du net.

Menanteau, L., & Vicente, M. (1979). Environnement et tourisme: exemple de la Costa de la Luz (Andalousie atlantique). Dans A.-M. Bernal, F. Fourneau, & F. Heran, *Tourisme*

et développement régional en Andalousie (pp. 241-314). Madrid: Publications de la Casa de Velazquez, Série « Recherches en sciences sociales » Fasc V.

Menouer, O., Zerouala, M., & Dahmen, A. (2017, Avril). Le Fahs d'Alger : une alternative pour la requalification du tourisme littoral. *Études caribéennes*(36). doi:10.4000/etudescaribeennes.10829

Mesplier, A., & Bloc-Durrafour, P. (2015). *Le tourisme dans le monde.* Mesnil-Sur-l'Estrée: Éditions Bréal.

Moinet, F. (2006). *Le Tourisme rural.* Paris: France Agricole.

Moirand, S. (2005). Le même et l'autre dans les guides de voyage au XXI' siècle. Dans G. Dionysis, M. Burger, & F. Baider H, *La communication touristique: Approches discursives de l'identité et de l'altérité* (pp. 151-172). Paris: l'Harmattan.

Monmarché, M. (1916). *Algérie et Tunisie, Tanger – Malte.* Paris: Hachette.

Morell, P. (2016). Airport Competition & Network Access: A European Perspective. Dans P. Foresyth, D. Gillen, & J. Muller, *Airport Competition: the Europen Experience* (pp. 12-25). London & New York: Routledge.

Necissa, Y., & Chabbi Chemrouk, N. (2020, Février 1). Le patrimoine comme levier de développement territorial. Cas des ressources patrimoniales du parc national de Tlemcen (Algérie) . *Bulletin de la Société Géographique de Liège [En ligne], 75*(2), pp. 115-130. doi:10.25518/0770-7576.6132

O.E.C.D. (2014). *Le tourisme et l'économie créative.* Paris: O.C.D.E Publishing (Organisation de coopération et de développement économiques).

Oakes, J. (2008). *Algeria.* Bucks: Bradt Travel Guides.

Origet Du Cluzeau, C. (2000). *Le tourisme culturel.* Paris: Presses Universitaires de France.

Oulebsir, N. (2004). *Les usages du patrimoine: Monuments, musées, et politique coloniale en Algérie (1830-1930).* Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.

Papen, U. (2005). Exclusive, Ethno and Eco: Representation of culture and nature in tourism discourse in Namibia. Dans A. Jaworski, & A. Pritchard, *Discourse, Communication & Tourism* (pp. 79-97). Buffalo - Toronto - Clevedon: Channel View Publications.

Paquet, S. (2009). *Le paysage façonné. Les territoires postindustriels, l'art et l'usage.* Laval: Les Presses de l'Université Laval.

Quinlan Cutler, S., & A.Carmichael, B. (2010). The dimensions of the tourist experience. Dans M. Morgan, P. Lugosi, & J. Brent Richie, *Tourism & Leisure experience: Consumer and Managerial perspectives* (pp. 3-26). Buffalo, Bristol, Toranto: Channel View.

Scheid, J., Nicoud, M., & Boisseuil, D. (2015). Le thermalisme: histoire d'un phénomène culturel et médical. Dans J. Scheid, M. Nicoud, & D. Boisseuil, *Le thérmalisme: Approches historiques et archéologiques d'un phénomène culturel et médical* (pp. 4-7). Paris: CNRS éditions.

Stock, M., Coëffé, V., Viollier, P., & Duhamel, P. (2020). *Les enjeux contemporains du tourisme.* Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

Urry, J. (2002). *The tourist gaze.* London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage publications.

Urry, J. (2003). The sociology of tourism. Dans C. Cooper, *Aspects of tourism* (pp. 9-21). Clevedon – Buffalo – Toronto – Sydney: Channel view publications.

Urry, J. (2005). The consuming of place. Dans A. Jaworski, & A. Pritchard, *Discourse, Communication & Tourism* (pp. 19-27). Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.

Urry, J. (2005). *Sociologie des mobilités: une nouvelle frontière pour la sociologie.* Paris: Armand colin.

Vellas, F. (1992). *Le Tourisme.* Paris : Cyclope.

Violier, P., & Taunay, B. (2019). *Les lieux touristiques du monde: de la mondialisation à la mondialité.* Londres: ISTE éditions.

Violier, P., Duhamel, P., Gay, J.-C., & Mandou, V. (2021). *Le tourisme en France 1: Approche globale, volume 1.* Croydon: ISTE éditions.

Widmann, N. (1976). Le tourisme en Algérie. *Méditerranée*(2), pp. 23-41.

Zoubir, Y. (2001). The political economy of tourism in Algeria. Dans Y. Apostolopoulos, P. Loukissas, & L. Leontidou, *Mediterranean tourism: facets of socioeconomic development and cultural change* (pp. 211-225). Londres - New York: Routeledge.

Traduction et Traductologie

Aït Hammou, Y. (1997). La traduction intersémiotique: son, écrit, image. À propos des journaux télévisés. Dans U. A. Essaâdi, *L'image: limites de l'interprétation et de la traduction, actes du colloque organisé par l'école Supérieure Roi Fahd de Traduction à Tanger.* (pp. 52-81). Tanger: Publications de l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction.

Al Azzaoui, A. (1997). alhijāj wa ṣūra-l-išhāriya. Dans É. S. Traduction, *L'image: limites de l'interprétation et de la traduction* (pp. 76-106). Tanger: Publications de l'école supérieure Roi Fahd de Traduction.

Albir, A., & Alves, F. (2009). Translation as a cognitive activity. Dans J. Munday, *The Routledge companion to Translation* (pp. 54-72). New York: Routledge.

Albrecht, J. (2007). La traduction des poststructuralistes français en allemand un cas de transfert culturel ? Dans C. Lombez, & R. Von Kulessa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 11-22). Paris: L'Harmattan.

Anscombre, J.-C. (2009). La traduction des formes sentencieuses (problèmes et méthodes). Dans M. Quitout, *Traductologie, proverbes et figements.* Paris: l'Harmattan.

Armaselu, F. (2000). Représentation du sens dans les sytèmes de traduction automatique. *La traduction et le traitement automatique des langues*(25), pp. 47-56.

Aygün, H. (2022). *Enseigner la traduction poétique en contexte FLE.* Istanbul: EĞITIM Yayinevi.

Ballard, M. (1992). *La traduction de l'anglais au français.* Paris: Nathan.

Ballard, M. (1998). Comparatisme et didactique de traduction. Dans I. García Izquierdo, & J. Verdegal, *Los estudios de traducción: un reto didactico* (pp. 45-68). Castellón: Publicacions dela Universitat Jaume I.

Ballard, M. (1998). Les « mauvaises lectures » : étude du processus de compréhension. Dans J. Delisle, & H. Lee-Jahnke, *Enseignement dans la traduction et traduction dans l'enseignement* (pp. 27-47). Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.

Ballard, M. (2003). *Versus: La version réflechie « Anglais-Français » repérages et paramètres, vol.1.* Paris: Orphys.

Ballard, M. (2006). À propos des procédés de traduction. Dans P. Bensimon, *Palimpsestes [Hors série]: Traduire ou vouloir garder un peu de la poussière d'or* (pp. 113-130). Paris: Presse Sorbonne Nouvelle.

Ballard, M. (2007). *Le commentaire de traduction anglaise.* Paris: Armand Colin.

Bandia, P. (2014). *Translation as reparation: Writing & Translation in Postcolonial Africa.* London - New York: Routledge.

Bastin, G. (2003). La traduction, activité onomasiologique: quelques considérations pédagogiques. Dans G. Mareschal, L. Brunette, Z. Guével, & V. Egan, *La formation à la traduction professionnelle* (pp. 83-92). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Berman, A. (1985). *La traduction et la lettre ou l'auberge lointain.* Paris: TER.

Bezari, C., Raimondo, R., & Vuong, T. (2018). La théorie des imaginaires de la traduction. *Itinéraires: Littératures, textes, cultures, 2-3*. doi:10.4000/itineraires.5062

Bocquet, C. (2008). *La traduction juridique: Fondement et méthode.* Bruxelles: De Boeck.

Bogushevskaya, V., & Colla, E. (2015). *Thinking colours: Perception, Translation & Representation.* Newcastle: Cambridge scholars publishing.

Boisseau, M. (2016). Lire et Relire Jacqueline Guillemin-Flescher. Dans M. Boisseau, C. Chauvin, C. Delesse, & Y. Keromnes, *Linguistique et Traductologie : Les enjeux d'une relation complexe* (pp. 160 - 172). Arras: Artois Presses Université.

Boisseau, M., Chauvin, C., Delesse, C., & Keromnes, Y. (2016). *Linguistique et Traductologie : Les enjeux d'une relation complexe.* Arras: Artois Presses Université.

Bouillon, P., & Clas, A. (1993). *La traductique.* Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.

Brisset, A. (1998). Malaise dans la traduction : Pour une éthique de la réciprocité. Dans J. Paterson, *L'altérité* (Vol. 23). Toronto: Les Éditions Trintexte.

Casas, J. (2009). Le paradoxe de la traduction juridique. Dans R. Greenstein, *Langue et culture : mariage de raison ?* Paris: Publications de la Sorbonne.

Catford, J. C. (1965). *A linguistic theory of translation.* Oxford: Oxford University Press.

Chaume, F., & Pappens, J.-n. (2021). *Doublage et sous-titrage: Guide d'une profession en plein essor.* Paris: L'Harmattan

Chuquet, H., & Paillard, M. (1987). *Approche linguistique des problèmes de traduction Anglais-Français.* Paris: Editions OPHRYS.

Collombat, I. (2005). l'Oulipo du traducteur. *L'ordre des mots – SEMEN 19 Revue de sémio-linguistique des textes et discours*(19), pp. 81-101.

Courcy, N. (2007). La traduction litréraire au Canada entre 1997 et 2001 : un pont (fragile ?) entre deux communautés linguistiques et culturelles. Dans C. Lombez , & R. Von Kulessa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 51-61). Paris: l'Harmattan.

Cronin, M. (2003). *Translation and Globalization.* New York: Routledge.

Da Silva, M. J. (2010). Traduction et communication : la reliance des cultures. *Hermès, La revue*(56), pp. 181-187. doi:DOI 10.4267/2042/38623

Dancette, J. (1995). *Parcours de traduction: Étude expérimentale du processus de traduction.* Villeneuve d'Asq: Presses Universitaire de Lille.

Dancette, J. (2003). Les protocoles de verbalisation: un outil d'autoformation en traduction. Dans G. Mareschal, L. Brunette, Z. Guével, & V. Egan, *La formation à la traduction professionnelle* (pp. 65-82). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Davier, L. (2017). *Les enjeux de la traduction dans les agences de presse.* Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires de Septentrion.

De Carlo, M. (2016). La traduction dans une perspective sémiotique de l'activité langagière. Dans H. Médhat-Lecocq, N. Delombera, & S. (. Thomas, *Traduction et apprentissage*

des langues: entre traduction et remédiation (pp. 62-79). Paris: Editions des archives contemporaines.

Delesse, C. (2006). Les noms propres dans la série Astérix et leur traduction anglaise. *Palimpsestes: Traduire ou vouloir garder un peu de la poussière d'or, hommages à Paul Bensimon,* pp. 297-316.

Delisle, J. (1984). *L'Analyse du discours comme méthode de traduction.* Ottawa: Editions de l'Université d'Ottawa.

Delisle, J. (1999). le Métalangage de l'enseignement de la traduction. Dans M. Vega, & R. Martin-Gaitero, *Lengua y cultura, estudios en torno a la traduccion* (pp. 233-248). Madrid: Instituto Universitario de lenguas modernas y traductores.

Delisle, J. (2013). *La traduction raisonnée : Manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français* (éd. 3ème). Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.

Delisle, J. (2021). *Notions d'histoire de la traduction.* Laval: Presses de l'université de Laval.

Delisle, J., Hannelore, L.-J., & C.Cormier, M. (1999). *Terminologie de la traduction.* Amsterdam/philadelphia: John Benjamin's Publishing Company.

Dotoli, G. (2010). *Traduire en français du Moyen âge au XXIe siècle: théorie, pratique et philosophie de la traduction.* Paris: Hermann.

Durieux, C. (2005). Complexité et cognition : un paradigme pour la traductologie. *Équivalences, 2*(32), pp. 5-29.

Dussart, A. (2019). *Anamimèse et métatexte: Jeux et Enjeux de la traduction.* Paris: EDILIVRE.

Eco, U. (2006). *Dire presque la même chose, expériences en traduction.* Paris: Éditions Grasset & Fasquelle.

Faye, T. (2011). De l'étrangeté en traduction : stratégies onomastiques et traitement du stéréotype dans la traduction espagnole d'Astérix en Hispanie. Dans B. Richet, *Le tour du monde d'Astérix : Actes du colloque tenu à la Sorbonne les 30 et 31 octobre 2009.* (pp. 193-206). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Franjié, L. (2009). *La traduction dans les dictionnaires bilingues.* Paris: éditions Le Manuscrit.

Galaud, K. (2001). De l'interet de recherches traductologiques appliquées au lexique du poème philosophique sanskrit « la Bhagavadgîtâ ». Dans S. Kudo, & J.-P. Levet, *TÔZAI* (pp. 104-123). Limoges: Presses Universitaires de Limoges.

Gambier, Y. (2006). Pour une socio-traduction. Dans J. Ferreira Duarte, A. Assis Rosa, & T. Seruya, *Translation studies at the interface of Disciplines* (pp. 29-42). Lisbonne: John Benjamins.

Gambier, Y. (2020). Historique de la relation entre linguistique traduction et traductologie. Dans Y. Polat, *Traduction et linguistique: les sciences du langage et la traductologie* (pp. 13-42). Paris: L'Harmattan.

Gérard, G. (2015). La poésie anglaise est-elle traduisible ? une incursion en terre étrangère. Entretien avec Stéphanie Roesler. Paris le 27 février 2012. Dans B. Arnaud, & P. Payen de la Garanderie, *Traduire-écrire : Cultures, poétiques, anthropologie.* (p. 320). Lyon: ENS Éditions.

Gerling, V. (2007). La Vagabonde de Colette en allemand : entre émancipation et érotisme. Dans C. Lombez, & R. Von Kulessa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 75-92). Paris: l'Harmattan.

Gile, D. (2005). *La traduction, la comprendre, l'apprendre.* Presses Universitaire de France.

Gile, D. (2009). le modèle IDRC de la traduction « Interprétation-Décisions-Ressources-Contraintes ». Dans C. Laplace, M. Lederer, & D. (. Gile, *La traduction et ses métiers : Aspects théoriques et pratiques* (pp. 73-85). Caen, France: Minard lettres modernes.

Guillemin-Flescher, J. (s.d.). *Traduction*. Consulté le 06 28, 2021, sur Encyclopædia Universalis: http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/traduction/

Hammer, F. (2019). L'erreur culturelle, le traducteur et le titre. Dans S. Schwerter, C. Gravet, & T. Barège , *L'erreur culturelle en traduction: lectures littéraires* (pp. 225-233). Villeneuve d'Asq: Presses Universitaires de Septentrion.

Harder, Y.-J. (2000). Peut-on traduire les philosophes allemands ? Dans J. Moutaux , & O. Bloch, *Traduire les philosophes* (pp. 509-524). Paris: Publications de la Sorbonne.

Henry, J. (2003). *La traduction des jeux de mots.* Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

J.Adab, B. (1998). Évaluation les traductions en fonction de la finalité des textes. Dans H. Lee-Jahnke, & J. Delisle, *Enseignement de la traduction et traduction dans l'enseignement* (pp. 127-134). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Jaïdi, M. (1997). Du digital à l'analogique. Dans É. S. Traduction, *L'image: Limites de l'interprétation et de la traduction* (pp. 27-33). Tanger: Publications de l'École Supérieure Roi Fahd de Traduction.

Kristeva, I. (2009). *Pour comprendre la traduction, col.espaces littéraires.* Paris: Harmattan.

Kübler, N. (2016). Langues de spécialité, corpus et traductologie: un manque de lisibilité ? Dans M. Boisseau, C. Chauvin, C. Delesse, & Y. Keromnes, *Linguistique et Traductologie* (pp. 99-112). Arras: Artois Presses Université.

Kurt, J. (2007). Traduction et transfert culturel. Dans C. Lombez, & R. Von Kulessa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 93-111). Paris : L'harmattan.

Ladmiral, J.-R. (1994). *Traduire : Théorèmes pour la traduction.* Paris: Gallimard.

Ladmiral, J.-R. (2018). La traduction au pluriel. Dans P. Schnyder, & E. Monti, *Traduire à plusieurs : Collaborative translation* (pp. 20-31). Mulhouse: Orizons Universités.

Lapeyre, C., Poulin, I., & Roger, J. (2011). *Sens de la langue, sens du langage: poésie, grammaire, traduction.* Bordeaux: Presses Universitaires de Bordeaux.

Larose, R. (1992). *Théories contemporaines de la traduction* (éd. 2e). Québec: Presses de l'Université du Québec.

Lauffler-Laurian, A.-M. (1996). *La traduction automatique.* Villeneuve d'Asq: Presses universitaires Septentrion.

Lavault, É. (1998). La traduction comme négociation. Dans J. Delisle, & H. Lee-Jahnke, *L'enseignement de la traduction et la traduction dans l'enseignement* (pp. 79-95). Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.

Lavault-Olléon, E. (2007). *Traduction spécialisée: pratiques, théories, formations.* Berne: Peter Lang.

Lavaur, J.-M., & Serban, A. (2008). *La traduction audiovisuelle: Approche indisciplinaire du sous-titrage.* Bruxelles: De Boeck.

Le Hénaff, C. (2016, 05 30). La traduction comme enquête anthropologique : esquisse d'une conception. *Eduction et Didactique*, pp. 49-60. doi:10.4000/educationdidactique.2460

Lederer, M. (1998). L'enseignement de la compréhension dans le cadre de l'enseignement de la traduction. Dans J. Delisle, & H. Lee-Jahnke, *Enseignement de la traduction et traduction dans l'enseignement* (pp. 59-68). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Lederer, M. (2014). *The interpretative Model.* New York: Routledge.

Lee-Jhanke, H. (1998). L'introspection à haute voix. Dans H. Lee-Jhanke, & J. Delisle, *Enseignement de la traduction et la traduction dans l'enseignement* (pp. 155-183). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Leinen, F. (2007). Limites et possibilités du transfert culturel. L'exemple de la traduction allemande de l'Amour, la Fantasia d'Assia Djebar. Dans C. Lombez, & R. Von Kelussa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 137-156). Paris: l'Harmattan.

Lejeune, P. (2016). Structures linguistiques et problèmes de la traduction : Schémas nominaux renvoyant à la transformation dans le discours de spécialité. Dans M. Boisseau, C. Chauvin, C. Delesse, & Y. Keromnes, *Linguistique et Traductologie: Les enjeux d'une relation complexe* (pp. 71-84). Arras: Artois Presses Université.

Léon, J. (2000). De la traduction automatique à l'automatisation de la traduction : parcours historique. (S. Cardey, & R. Mandic, Éds.) *BULAG: La traduction et le traitement automatique des langues*(25), pp. 5-23.

Look, R. (2016). *La traductologie de corpus.* Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.

Lozano, J., & Chaume, F. (2021, avril). Peut-on traduire une image ? implications de la créativité dans la traduction des textes audiovisuels. *Studia Romanica Posnaniensia*(48), pp. 35-49.

Maldussi, D. (2011). Le procédé de l'emprunt dans le domaine juridique, la quête d'un nouveau souffle. Dans D. Londei, & M. Callari Galli, *Traduire les savoirs* (pp. 339-357). Berne: Peter Lang.

Margot, J.-C. (1979). *Traduire sans trahir.* Editions l'Age d'homme.

Mauranen, A., & Kujamäki, P. (2004). *Translation Universals Do they exist ?* Amsterdam - Philadelphie: John Benjamin's Publishing.

Medhat-Lecocq, H. (2012). La négociation interculturelle dans la formation des traducteurs professionnels. Dans G. Alao, M. Derivry-Plard, E. Suzuki, & Y.-R. Soyoung, *Didactique plurilingue et pluriculturelle : l'acteur en contexte mondialisé* (pp. 213-222). Paris: éditions des archives contemporaines.

Meschonnic, H. (1978). *Pour la poétique V : poésie sans réponse.* Paris: Gallimard.

Métrich, R., & Albrecht, J. (2016). *Manuel de Traductologie.* Berlin-Boston: De Gruyter.

Mitri Younes, G. (2014). *La traduction de la littérature de jeunesse: une recréation à l'image de ses recepteurs.* Paris: l'Harmattan.

Montel-Hurlin, É., & Buffaria, P.-C. (2016). *Écritures et pratiques de la traduction: Actes du campus d'été « Métiers de langues et de la traduction ».* Neuville-Sur-Saône: Éditions Chemins de tr@verse.

Mounin, G. (1963). *Problèmes théoriques de la traduction.* Paris, France: Editions Gallimard.

Mounin, G. (1964). *La machine à traduire.* Paris: Mouton.

Mounin, G. (1976). *Linguistique et traduction.* Bruxelles: Dessart et Madraga.

Mounin, G. (2016). *Les Belles infidèles.* Presses universitaires du Septentrion: Villeneuve d'Ascq.

Munday, J. (2009). *The routledge companion to translation studies (revised edition).* New York: Routlege.

Newmark, P. (1988). *Textbook of Translation.* New Jersey: Prentice-Hall International.

Nida, E. (1964). *Toward a science of translating.* Leyde: E.J.Brill.

Nida, E., & Taber, C. (1982). *The theory and Practice of Translation.* Leiden: United Bible Societies.

Nord, C. (2018). *Translating as a pursposal activity :Functionnalist approaches explained.* New York: Routledge.

Oittinen, R. (2010). Revoiving characters. Dans E. Di Giovanni, C. Elefante, & R. Pederzoli, *Écrire et Traduire pour les enfants, voix, images et mots* (pp. 149 - 158). Bruxelles: Peter Lang.

Oittinen, R., Ketola, A., & Gravini, M. (2018). *Translating Picturebooks: revoicing the verbal, the visual, and the aural for a child audience.* New-York: Routledge .

Oustinoff, M. (2011). *Traduction et Mondialisation.* Paris: CNRS éditions.

Oustinoff, M. (2018). *La traduction.* Paris: Presses Universitaire de France.

Peeters, J. (2009, juin 4). Sociolinguistique, et sociologie de la traduction. *Colloque international de traduction et de paratraduction*. Espagne: TYP (Traduccion y Paratraduccion). Récupéré sur https://urlz.fr/igW8

Pergnier, M. (1981, Septembre 01). Théorie linguistique et théorie de la traduction. *META*, 255-262. doi:https://doi.org/10.7202/003823ar

Plassard, F. (2007). *Lire pour traduire.* Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Pym, A. (2010). *Exploring translation theories.* London & New York: Routledge.

Ramos Pinto, S., & Adami, É. (2020). Traduire dans un monde de signes non traduits : l'incidence de la multimodalité en traductologie. *Meta, 65*(1), pp. 9-28.

Rannaud, A. (2021). Le magazine, objet de communication(s): une perspective littéraire. Dans I. Collombat, *Littéraire, non littéraire: enjeux traductologiques d'une problématique transdisciplinaire* (pp. 89-118). Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Ricoeur, P. (2004). *Sur la traduction.* Paris: Bayard.

Robinson, D. (2012). *Becoming a translator : An introduction to the theory and practice of translation.* Routledge.

Romengo, M. (2010). La traduction littéraire comme di-scrittura: pour un comparatisme différentiel ? Dans H. Roland, & S. Vanaster, *Les nouvelles voies du comparatisme* (pp. 153-164). Gent: Gent Academia Press.

Samain, D. (2021). Remarques sur le fonctionnement des signes dans la traduction et quelques mécanismes voisins. Dans S. Vogeleer, & L. Béghin, *Déverbaliser - reverbaliser: La traduction comme acte de violence ou comme manipulation du sens ?* (pp. 51-69). Bruxelles.

Sapiro, G. (2008). *Translatio: le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation.* Paris: CNRS éditions.

Scarpa, F. (2010). *La traduction spécialisée, une approche professionnelle de l'enseignement de la traduction.* Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa.

Schreiber, M. (2007). Transfert culturel et procédés de traduction : l'exemple des realia. Dans C. Lombez, & R. Von Kulessa, *De la traduction et des transferts culturels* (pp. 185-194). Paris: l'Harmattan.

Seleskovitch, D. (1987). La traduction interprétative. Dans P. Bensimon , D. Coupaye, & G. Leclercq, *Traduire le dialogue, traduire les textes de théatre* (pp. 27- 40). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Seleskovitch, D., & Lederer, M. (1989). *Pédagogie raisonnée de l'interprétation.* Bruxelles-Luxembourg: Didier Érudition.

Seleskovitch, D., & Lederer, M. (2014). *Interpréter pour traduire.* Paris: Les belles lettres.

Sinagra, N. (2011). Traduire Astérix : Atouts et contraintes. Dans B. Richet, *Le tour du monde d'Astérix: Actes du colloque tenu à la Sorbonne les 30 et 31 octobre 2009* (pp. 180-189). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Sourbier, J., & Thuderoz, C. (2010). Traduire est-ce négocier ? *Négociations*(14), pp. 37-57. doi:10.3917/neg.014.0037

Suchet, M. (2009). *Outils pour une traduction postcoloniale.* Paris: éditions des archives contemporaines.

Szlamowicz, J. (2016). Langue, Texte, Culture, quelques enjeux disciplinaires de l'objet traductif. Dans M. Boisseau, C. Chauvin, C. Delesse, & Y. Keromnes, *Linguistique et Traduction : Les enjeux d'une relation complexe.* Arras: Artois Presses Université.

Taber, C. R. (1972, Décembre). Traduire le sens, traduire le style. *Langages*, pp. 55-63.

Tomaszkiewicz, T. (2009, Juin 04). La traduction verbo-visuelle. *Colloque international de traduction et de paratraduction*. Vigo: Université de Vigo, Laboratoire TYP.

Toury, G. (2012). *Descriptive Translation studies – and beyond* . Amsterdam - Philadelphia: John Benjamin's Publishing.

Vassalo, R.-M. (2006). Fil à retordre. Refractère à toute mise à nu: le fil du texte. *Palimpsestes (hors série) traduire ou vouloir garder un peu de la poussière d'or, hommages à Paul Bensimon*, pp. 19-24.

Vermeer, H. (2007). La théorie du skopos et ses possibles développements. Dans E. Lavault-Olléon, *Traduction spécialisée: pratiques, théories, formations* (pp. 3-16). Bern: Peter Lang.

Viallon, P. (2006). Culture, communication et traduction. Dans M. Forstner, & H. Jahnke, *CIUTI-Forum Paris 2005 (Conférence internationale permanente d'instituts universitaires de traducteurs et interprètes) : Regards sur les aspects culturels de la communication* (pp. 119-130). Berne: Peter Lang.

Viallon, P. (2008). Traduire les images ? Dans M. Forstner, & H. Lee-Jahnke, *CIUTI Forum 2006: les langues dans un monde qui change* (pp. 219-228). Berne: Peter Lang.

Vinay, J., & Darbelnet, J. (1958). *La stylistique comparée du français et de l'anglais.* Paris: Didier.

Vivier, J. (2008). La traduction des émotions. Approche psycholinguistique. Dans D. Mellier, P. Brun, & H. Trembley, *Le langage émotionnel, le comprendre et le parler* (pp. 99-117). Rouan: Publications des Universités de Rouan et du Havre.

Vogeleer, S. (1995). *L'interprétation du texte et de la traduction.* Louvain: Peeters Louvain-la-neuve.

Vogeleer, S., & Béghin, L. (2021). *Déverbaliser – reverbaliser: La traduction comme acte de violence ou comme manipulation du sens ?* Bruxelles: Presses de l'Université de Saint-Louis.

Vreck, F. (1998). Les préalables de la traduction. Dans J. Delisle, & H. Lee-Jahnke, *Enseignement de la traduction et la traduction dans l'enseignement* (pp. 49-58). Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.

Vrinat-Nikolov, M. (2006). *Miroir de l'altérité : La traduction.* Grenoble: ELLUG.

Wecksteen, C. (2007). Faux-amis et connotation. Dans C. Wecksteen, & A. El Kaladi, *La traductologie dans tous ses états* (pp. 193-211). Arras: Artois Presses Université.

Widlung-Fantini, A.-M. (2007). *Danica Seleskovitch témoin du XXème siècle.* Lausanne: Éditions de l'Age d'homme.

Winckler, M. (2003). Soigner, Écrire, Traduire. Dans M. W. all, *Dix-neuvièmes Assises de la traduction littéraire (Arles 2002)* (pp. 15-17). Arles: Atlas Actes sud.

Yuste Frías, J. (1998a). Contenus de la Traduction: Signe et Symbole. Dans P. Orero, *Actes du troisème congrès international sur la traduction 1996* (pp. 279-289). Ballaterra (Barcelone): Publications de la Universitat Autonòma de Barcelona.

Yuste Frías, J. (2001). Lecturas de la imagen para una traducción simbólica de la imaginación. Dans E. Real, D. Jiménez, D. Pujante, & A. Cortijo, *Écrire, traduire et représenter la fête: Colloque de l'association des professeurs de philologie française à l'Universidad Espanola* (pp. 799-812). Valence: Actes de l'Université de Valence.

Yuste Frías, J. (2004). Interculturalité, multiculturalité et transculturalité dans la traduction et l'interprétation en Milieu social. *Cédille, revista de los estudios franceses*(4), pp. 91-11.

Yuste Frías, J. (2005). Deconstrucción, traducción y paratraducción en la era digital. Dans J. Yuste Frías, & Á. [. Lugrís, *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión* (pp. 59-82). Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo.

Yuste Frías, J. (2008b). Pensar en traducir la imagen: el sentido de la mirada. *Pensar la Publicidad (PLP), II*(1), pp. 141-170.

Yuste Frías, J. (2009). Traduire l'image dans les albums d'Astérix : À la recherche du pouce perdu en Hispagnie. Dans B. Richet, *Le tour du monde d'Astérix: Actes du colloque tenu à la Sorbonne les 30 et 31 octobre 2009* (pp. 255-274). Paris: Presses Sorbonne Nouvelle.

Yuste Frías, J. (2011a, Juin). Leer e interpretar la imagen para traducir. *Trabalhos em lingüística aplicada (TLA), 50*(2), pp. 257-280.

Yuste Frías, J. (2011b). Traduire le couple texte-image dans la littérature pour l'enfance et la jeunesse. Dans K. Kunešová, & U. H. Králové (Éd.), *de l'image à l'imaginaire. Littérature de jeunesse* (pp. 36-54). Hradec Králové, République Tchèque: coll. Gaudeamus.

Yuste Frías, J. (2012). Traducir la frontera en la frontera. Dans S. Cruces Colado, M. Del Pozo Triviño, A. Alonso, & A. Álvarez Lugrís, *Traducir en la frontera* (pp. 435-445). Granada: Atrio.

Yuste Frías, J. (2012, Octobre). Paratraducir la tipografía creativa infantil y juvenil. *la otra*(8), pp. 38-45.

Yuste Frías, J. (2014). Traducción y pratraducción en la localización de videojuegos. *Traductionis*(15:), pp. 61-75.

Yuste Frías, J. (2020, Juillet-Aout). De la diversidad cultural a la transculturalidad. *Trabalhos em linguistica aplicada, 59*(02), pp. 878-887.

Yuste Frías, J. (2022b). Teoría de la Traducción. Dans J. Frías, & X. Garrido Vilariño, *Traducción Y Paratraducción.* Berlin: Peter Lang.

Zain, S., & Wilson, R. (2019). *Translation and Tourism : Stategies for effective cross-cultural promotion.* Singapore: Springer.

Zuzana, R. (2014). *Les théories de la traduction.* Brno: Masarykova univerzita

Dictionnaires :

Bénard, T. (1872). *Dictionnaire classique universel français, historique, biographique, mythologique, géographique et étymologique ... Seconde édition, revue et corrigée, etc.* (L. C. Belin, Éd.) Paris.

Larousse. (1995). *Larousse compact, dictionnaire de la langue française (Dir. Claude Kannas).* Paris: Larousse.

Larousse. (2005). *Dictionnaire de Française compact.* Paris: Larousse.

Larousse. (2005). Larousse dictionnaire de français compact.

Le Petit Robert. (2013). Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Dictionnaires le Robert.

Le Robert. (2010, Juillet). Dictionnaire historique de la langue française (Dir. Alain Rey). Paris: Les dictionnaires Le Robert.

Thomas, A., & de Toro, M. (2014). *Dictionnaire des difficultés de la langue française.* Larousse.

Sitographie

Abrika, B. (2019). Les potentialités touristiques, atout stratégique de la redynamisation de l'économie locale en Algérie. *Maghreb-Machrek, 1*(239), pp. 141-152. Consulté le 08 2023, 26, sur https://www.cairn.info/revue-maghreb-machrek-2019-1-page-141.htm&wt.src=pdf

AECOM. (2023, 05 21). *AECOM*. Récupéré sur https://aecom.com/: https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2020.pdf

Ajuntament de Barcelona. (2023, 1 26). *Info Barcelona*. Récupéré sur https://www.barcelona.cat: https://www.barcelona.cat/infobarcelona/en/the-city-keeps-its-tourist-appeal-intact_1248222.html

Al Nawras. (2022, 03 01). *Air Arabia.* Récupéré sur https://www.airarabia.com: https://www.airarabia.com/fr/inflight-magazine

Al Ouwayd, A. (2019). *Atlas allahagât al'arabîya*. Consulté le janvier 17, 2021, sur atlasallhajaat: http://www.atlasallhajaat.com/word/5493

APS. (2021, septembre 01). *Patrimoine national à Tlemcen: quinze sites historiques à classer* . Consulté le 10 15, 2022, sur Algérie Presse Service: https://www.aps.dz/culture/126820-patrimoine-national-a-tlemcen-quinze-sites-historiques-a-classer

Beaujean, A., & Littré, E. (1875). Abrégé du dictionnaire de É.Littré de l'académie française. Belgique: Libraires Hachette et C. Consulté le 04 17, 2021, sur urlr.me/MnRBN

Berkani, M. (2018, 01 16). *Il y a 5 ans, la prise d'otages sanglante d'In Amenas en Algérie*. Consulté le 06 02, 2023, sur Franceinfo: https://www.francetvinfo.fr/monde/afrique/politique-africaine/il-y-a-5-ans-la-prise-d-otages-sanglante-d-in-amenas-en-algerie_3055625.html

Boukhelifa, S. (2020, 06 01). La saison touristique estivale n'est pas perdue. Voilà pourquoi. (I. El Kadi, Intervieweur) Consulté le 11 04, 2020, sur https://www.youtube.com/watch?v=Pf1EzXWv3cU

Breaking Travel News. (2023, Jan 1). *Breaking Travel news.* Récupéré sur www.breakingtravelnews.com: https://www.breakingtravelnews.com/news/article/cancun-sets-all-time-tourism-record-with-over-30-million-visitors/

Catala, D. (2013). Propositions didactiques autour des locutions nominales de couleurs. Dans X. Blanco, S. Mejri, & S. Fuentes, *Les locutions nominales en langue générale* (pp. 61-73). Barcelone: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

CEIC . (2023, 05 23). *CEIC* . Récupéré sur www.ceicdata.com: https://www.ceicdata.com/en/china/tourism-shanghai/shanghai-visitor-arrival

Cennamo, I. (2016, 06 15). *Enseigner la traduction humaine en s'inspirant de la traduction automatique*. Consulté le 08 17, 2022, sur https://hal.archives-ouvertes.fr/: https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01256594

CNRTL. (s.d.). *Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales*. Consulté le 04 19, 2021, sur https://www.cnrtl.fr/: https://www.cnrtl.fr/definition/traduire

De Paola, F. (2023, février 08). *L'Écho Touristique.* Récupéré sur www.lechotouristique.com: https://www.lechotouristique.com/article/en-2022-la-cote-dazur-a-retrouve-sa-frequentation-davant-crise

Dictionnaire de l'académie française. (1798). *5ème édition*. Consulté le 04 21, 22, sur http://www.lib.uchicago.edu/efts/ARTFL/projects/dicos/

Diskin, G. (2023, Janvier 29). *Tourism Review.* Récupéré sur https://www.tourism-review.com: https://www.tourism-review.com/more-tourists-visited-rome-last-year-news12912

Ducrot, O. (2014). Qu'est ce que le structuralisme 1 le structuralisme en linguistique. Paris: Editions du Seuil. Récupéré sur https://urlz.fr/hvTa

Dupront, A. (1967). Tourisme et Pèlerinage : Réflexions de psychologie collective. *Communication : vacances et tourisme*(10), pp. 97-121. doi:https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1967_num_10_1_1145

Durieux, C. (2000). Traduction littéraire et traduction technique : même démarche. *Revue des lettres et de la traduction*, pp. 13-25. Récupéré sur https://urlz.fr/gD9e

Durieux, C. (2009). Vers une théorie décisionnelle de la traduction. *Revue LISA, III*(3), pp. 349-367. doi:https://doi.org/10.4000/lisa.119

ECCIA. (2022, 05 17). *European Cultural & Creative Industries Alliance*. Récupéré sur https://www.eccia.eu/assets/activities/files/2022_ECCIA_Tourism.pdf

El Hassar, B. (2011). *Tlemcen : Monuments historiques : une approche problématique de la protection.* Consulté le 08 12, 2022, sur Le quotidien d'Oran: http://www.lequotidien-oran.com/index.php?news=5147542

Global Media Insights. (2023, 05 23). *Global Media Insights*. Récupéré sur https://www.globalmediainsight.com/blog/dubai-tourism-statistics/

Halais, E. (2013, 11 30). Wittgenstein, l'éducation, le solipsisme. *Éducation et didactique*. doi:https://doi-org.ezpupv.scdi-montpellier.fr/10.4000/educationdidactique.1241

IATA. (2023, 05 21). *Agence Internationale du Transport Aérien* . Récupéré sur https://www.iata.org/contentassets/e00c14fd49db4c058365d9cef531184d/2023-04-04-02-fr.pdf

Kerbrat-Orecchioni, C. (2002, Janvier 1). Système linguistique et ethos communicatif. *Cahiers de praxématique, 38*, pp. 35-37. Consulté le 10/09/2022, sur https://journals.openedition.org/praxematique/540

Larousse. (s.d.). *Larousse en ligne*. (Larousse, Éditeur) Consulté le 04 16, 2021, sur www.larousse.fr: https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/traduction/78911

Le grand dictionnaire terminologique. (s.d.). *Le grand dictionnaire terminologique*. Consulté le 07 12, 2021, sur http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/: http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/Resultat.aspx

Le Robert. (s.d.). *Le Robert en ligne - Dico en ligne*. Consulté le 07 16, 2021, sur https://www.lerobert.com/: https://dictionnaire.lerobert.com/definition/traduction

LeBreck, D. (2023, Mai 08). *Meetings today.* Récupéré sur https://www.meetingstoday.com: https://www.meetingstoday.com/articles/143906/los-angeles-tourism-nearing-2019

L'internaute. (2021, 02 26). *Sous les drapeaux*. Récupéré sur www.linternaute.fr: https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/sous-les-drapeaux/

Miami Guide Staff. (2023, Mai 14). *Miami Guide.* Récupéré sur https://themiamiguide.com: https://themiamiguide.com/how-miamis-tourism-industry-keeps-growing-with-successful-events/

Monier, F. (2001). Sa Majesté le Mistral. *L'express*. Consulté le Février 2021, 22, sur https://www.lexpress.fr/informations/sa-majeste-le-mistral_642628.html

Organisation Mondiale du Tourisme. (2023, 05 20). *OMT*. Récupéré sur https://www.unwto.org: https://www.unwto.org/fr/tableau-tourisme/resultats-du-tourisme-mondial-et-regional

Ost, F., & Bary, N. (2012). La traduction et le multilinguisme. *Études, 417*(12), pp. 653-665. Récupéré sur https://www.cairn.info/revue-etudes-2012-12-page-653.htm

Paris-Dakar. (2015, 11 20). *La storia della Paris-Dakar 1978-2008*. Consulté le 08 04, 2020, sur www.parisdakar.it: http://www.parisdakar.it/advertising-baris-dakar-1988/

Qatar's Supreme Committee for Delivery & Legacy. (2022, décembre 18). *Qatar 2022*. Récupéré sur www.qatar2022.q: https://www.qatar2022.qa/en/news/qatar-hosts-more-than-one-million-visitors-during-fifa-world-cup

Salsmann, M. (2009). L'argumentation linguistique dans une rhétorique argumentative. *Estudos Linguísticos/Linguistic Studies*(4), pp. 97-114. Récupéré sur https://urlz.fr/lOTf

Sensegates. (s.d.). *Dictionnaire sensagent*. (Le parisien) Consulté le 04 19, 2021, sur http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/traduire/fr-fr/

Skytrax. (2022, 05 21). *World Airport Awards*. Récupéré sur https://www.worldairportawards.com: https://www.worldairportawards.com/worlds-top-100-airports-2022/

Tourism Australia. (2023). *Tourism Australia.* Récupéré sur www.tourism.australia.com: https://www.tourism.australia.com/en/insights/tourism-statistics/international-market-performance.html