

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE  
ⵎⵓⵏⵉⵙⵜ ⵓⵎⵓⵍⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵓⵣⵓ  
ⵕⵓⵏⵉⵙⵜ ⵓⵎⵓⵍⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵓⵣⵓ  
ⵕⵓⵏⵉⵙⵜ ⵓⵎⵓⵍⵓⵔ ⵎⵓⵎⵎⵉⵔ ⵉⵏ ⵜⵉⵣⵓⵣⵓ

UNIVERSITE MOULOD MAMMARI DE TIZI-OUZOU  
FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES  
DEPARTEMENT DE TRADUCTION ET D'INTERPRETARIAT



جامعة مولود معمري - تيزي وزو  
كلية الآداب واللغات  
قسم الترجمة

N° d'Ordre : .....  
N° de série : .....

## Mémoire en vue de l'obtention Du diplôme de master II

**DOMAINE : Langues étrangères**

**FILIERE : Traduction.**

**SPECIALITE : Traduction arabe-français-arabe**

### Titre

**La traduction audiovisuelle au service de la promotion  
touristique, défis et contraintes. Cas : voix-off d'un  
documentaire touristique intitulé : تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي**

**Présenté par :**  
**Thinhinane GAOUAOUI**  
**Ourida OUKACI**

**Encadré par :**  
**Kahina TALEB**

### Jury de soutenance :

Président	:	Nacera SI TAYEB	MAA,	UMMTO
Rapporteur	:	Kahina TALEB	MAA,	UMMTO
Examineur	:	Asma BENHIDJEB	MAA,	UMMTO

**Promotion : 2019/2020**

Laboratoire de domiciliation du master: .....

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail en premier à mes très chers parents, tous les mots ne sauraient exprimer mon amour et ma gratitude pour vos sacrifices. Que ce travail soit l'exaucement de vos vœux tant formulés.*

*À mon frère et à mes sœurs : Amar, Fatma, Massissilia et Dihia, toujours présents à mes côtés. À mes chers neveux et nièces.*

*À mon mari Redouane, sur qui j'ai toujours pu compter, merci pour ton soutien perpétuel et pour la précieuse aide que tu m'as apportée.*

*À ma belle-famille pour toute l'affection.*

*À ma chère amie Malika.*

*À tous ceux qui me sont chers.*

*Veillez trouver dans ce travail l'expression de mon affection.*

*Thinkinane GAOUAOU*

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail à toute ma famille, à mes parents en particulier*

*À mon cher père*

*À ma chère mère*

*Pour vos encouragements et motivations durant ces longues années d'études,  
que ce travail soit la preuve de ma reconnaissance.*

*À la mémoire de mon grand-père qui était ma source de joie et de bonheur.*

*À ma grand-mère à qui je souhaite une longue vie.*

*À mes adorables frères Redouane et Mohammed, que le bon dieu vous oriente  
vers le chemin de la réussite.*

*À mon mari Hocine, pour ton soutien moral et matériel.*

*À ma belle-famille et à toutes les personnes qui m'ont soutenu de près ou de  
loin.*

*Ourida OUKACI*

## Remerciements

Nous tenons d'abord à exprimer nos vifs remerciements à madame TALEB Kahina d'avoir accompagné et dirigé ce travail avec patience et rigueur, votre disponibilité et sérieux, nous ont énormément marquées.

Nous remercions également les membres de jury, pour avoir accepté d'examiner notre travail.

Nous adressons nos remerciements au journaliste monsieur BENALI Khalil, d'avoir répondu à toutes nos questions durant notre recherche. Nous remercions aussi monsieur HAMAIDI Omar, d'avoir mis à notre disposition son matériel d'enregistrement audio.

Enfin, nous remercions chaleureusement tous nos enseignants du département de traduction, de nous avoir transmis leur savoir et leur passion et pour leur disponibilité auprès des étudiants.

À tous ces intervenants, nous vous présentons nos remerciements, notre respect et notre gratitude.

## Table des matières

Dédicaces.....	I
Remerciements.....	III
Tables des matières.....	IV
<b>Introduction</b> .....	<b>1</b>
<b>Chapitre premier : La traduction audiovisuelle dans le domaine touristique : entre le skopos et les procédés de Vinay et Darbelnet.</b>	
I.1. La traduction audiovisuelle .....	6
I.1.1. Les modes de la traduction audiovisuelle.....	7
I.1.1.1. La traduction de scénarios.....	7
I.1.1.2. Le sous-titrage intralinguistique.....	7
I.1.1.3. Le sous-titrage inter-linguistique.....	7
I.1.1.4. Le sous-titrage en direct.....	8
I.1.1.5. Le doublage.....	8
I.1.1.6. Le commentaire.....	8
I.1.1.7. Le surtitrage.....	8
I.1.1.8. La traduction à vue.....	8
I.1.1.9. L’audiodescription.....	9
I.1.1.10. La production multilingue.....	9
I.1.1.11. L’interprétation.....	9
I.1.1.12. La voix-off.....	9
I.1.2. Les conditions d’un travail de qualité.....	10
I.1.2.1. Des supports matériels fiables.....	10
I.1.2.2. Des délais suffisants .....	10
I.1.2.3. La rémunération.....	11
I.1.3. Le traducteur audiovisuel, entre défis et contraintes.....	11
I.1.3.1. La présence d’éléments dialectaux.....	11
I.1.3.2. Contraintes culturelles.....	12
I.1.3.3. Le lien texte/image .....	12
I.1.3.4. Contraintes techniques liées à l’audiovisuel.....	13
I.2. La théorie du skopos.....	14

I.3. Les procédés de Vinay et Darbelnet.....	16
I.3.1 L'emprunt.....	16
I.3.2 Le calque.....	16
I.3.3. Traduction littérale.....	16
I.3.4. La transposition.....	16
I.3.5. La modulation.....	16
I.3.6. L'équivalence.....	17
I.3.7. L'adaptation.....	17
I.4. Le tourisme.....	17
I.4.1. Le tourisme en Algérie.....	18
I.4.2. La promotion touristique.....	19
I.4.2.1. La communication touristique.....	19
I.4.2.2. Le documentaire touristique.....	20
I.4.3. Les caractéristiques du discours touristique.....	22
I.4.3.1. Les caractéristiques lexicales et syntaxiques.....	22
I.4.3.2. Les caractéristiques stylistiques.....	23
I.4.3.3. L'élément discursif.....	23
I.4.3.4. L'image.....	23
<b>Chapitre second : application à un cas concret.</b>	
II.1. Présentation du corpus.....	26
II.1.1. Présentation de la fiche technique.....	26
II.1.2. Présentation de la chaîne Chams TV.....	28
II.1.3. Présentation de la réalisatrice Kenza Dameche.....	28
II.2.4. Présentation du compositeur Khalil Benali.....	28
II.2. Méthodologie d'analyse.....	29
II.2.1. Détection et découpage en séquences.....	29
II.2.2. Analyse et traduction.....	29
II.2.3. La voix-off.....	31
II.2.4. Le montage.....	32
II.2.5. Habillage musical et mixage.....	33
II.2.6. Traduction de l'écriture qui apparaît sur l'écran.....	34
II.3. Analyse du corpus.....	35

II.3.1. Présentation structurée des différentes séquences.....	35
II.3.2. Genre et type de texte.....	38
II.3.3 Analyse lexicale et syntaxique.....	39
II.3.4 Analyse stylistique.....	41
II.4. Justification des choix.....	42
II.4.1. Contraintes liées à la culture.....	42
II.4.2. Contraintes techniques liées l’audiovisuel.....	44
II.4.3. Eléments dialectaux.....	46
II.4.4. Autres exemples.....	47
<b>Conclusion</b> .....	49
Bibliographie.....	53
Annexes	

# **Introduction**

## Introduction

---

À l'ère numérique, où les médias occupent une grande importance dans notre quotidien, et dans un monde qui accueille une énorme diversité linguistique et culturelle, la traduction audiovisuelle constitue un moyen rapide de transmission d'informations, et offre un moyen d'ouverture sur d'autres cultures. Un enjeu majeur pour différents secteurs : économique, politique, etc. Cependant, ce qui nous intéresse dans le cadre de notre mémoire, c'est l'enjeu de cette activité dans la promotion des destinations touristiques.

En effet, les œuvres audiovisuelles qui visent à promouvoir une destination, ciblent un public de plus en plus large et multinational. Cependant, dans cette quête, elles font face à deux barrières, linguistique et culturelle, c'est à cette étape qu'intervient la traduction audiovisuelle pour brouiller ces barrières et rendre ces œuvres accessibles à un grand public. L'étape de la traduction audiovisuelle est donc indispensable pour renforcer la promotion des destinations touristiques.

Le documentaire « *Algérie vu du ciel* », réalisé par Yann Arthus-Bertrand et Yazid Tizi est un très bon exemple de l'impact de la traduction audiovisuelle sur le processus de promotion des destinations, depuis sa diffusion sur YouTube le 25 juin 2015, a enregistré plus de 493 000 de visionnage. Tandis que sa version traduite vers l'arabe « الجزائر من عل », depuis sa diffusion le 10 avril 2016, a enregistré plus de 794 446 de visionnage. Cet exemple expose parfaitement le cadre général du sujet abordé dans ce mémoire.

Ce que nous souhaitons avant tout à travers ce travail, qui s'intitule : « **La traduction audiovisuelle au service de la promotion touristique, défis et contraintes. Cas : voix-off d'un documentaire touristique intitulé : تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي** », c'est d'attirer l'attention sur l'impact de la traduction audiovisuelle dans la promotion des destinations touristiques. Par ailleurs, nous allons chercher à identifier les contraintes qui rendent si complexe l'activité du traducteur de ce type de traduction. Et de voir surtout quelles sont les stratégies qu'il doit adopter, afin de les surmonter.

Le choix de ce thème, s'est découlé d'un fort intérêt, voire d'une passion à la fois pour le secteur de la traduction audiovisuelle, et pour celui du tourisme, un travail qui associe les deux domaines, est donc le choix le plus adéquat et judicieux. D'autre part, pour l'enjeu de la traduction audiovisuelle dans la promotion des destinations. Prenons comme exemple la Turquie, étant aujourd'hui une destination touristique mondiale, par la diffusion massive grâce à la traduction audiovisuelle de ses feuillets, qui mettent les atouts naturels et culturels comme décors, une vitrine qui assure indirectement la promotion touristique.

## Introduction

---

Le choix du corpus s'est porté sur le documentaire « تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي », en raison de ses caractéristiques intéressantes, à savoir la présence d'éléments culturels et dialectaux, compte tenu des contraintes qu'ils posent au procédé traductif. Ceci nous mène à formuler la problématique principale de notre recherche :

**Quelles sont les stratégies que doit adopter un traducteur audiovisuel, afin de rendre le message accessible à un grand public ?**

De là, découlent les questions suivantes :

- Quelles sont les contraintes posées par la technique de *voix-off* ?
- Comment reconstruire le sens dans un discours synchrone avec les images ?
- Quel est l'impact des procédés de Vinay et Darbenlet sur le maintien, l'érosion ou le renforcement des spécificités culturelles ?
- La théorie du skopos pourrait-elle être une solution adéquate pour ce type de traduction ?

Pour apporter des réponses à l'ensemble des questions qui découlent de notre problématique, nous proposons les hypothèses suivantes :

- Dans le cas de *voix-off*, le traducteur audiovisuel pourrait être confronté à la contrainte du temps et d'image.
- Dans un discours synchrone avec les images, le traducteur devrait prendre en compte les informations contenues dans les images et ne pas se limiter aux mots.
- L'emprunt, pourrait être efficace dans le renforcement des spécificités culturelles.
- La théorie du skopos serait la solution adéquate pour ce type de traduction.

Dans notre étude, nous allons nous pencher sur un travail pratique, en effectuant une traduction d'un documentaire touristique, intitulé « تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي » de l'arabe vers le français, que nous allons mettre en application en procédant à la technique de *voix-off*. Afin de nous rendre compte concrètement des contraintes posées par ce type de traduction, et de déterminer la manière de les contourner, en nous servant de la théorie du skopos et de la stylistique comparée.

Le parcours s'articule autour de deux chapitres. Nous entamons le premier chapitre consacré à la théorie par une introduction à la traduction audiovisuelle, savoir en quoi elle consiste vraiment, puisque ce type de traduction ne figurait pas au programme de nos études universitaires. Ainsi que ses différents modes en se focalisant sur la technique de *voix-off*, et

## Introduction

---

les conditions d'un travail de qualité. Par la suite, nous essayons d'exposer les contraintes de ce type de traduction de manière générale, pour passer à la théorie du skopos et les procédés de Vinay et Darbelnet. Nous tentons ainsi durant ce même chapitre, de mettre la lumière sur le tourisme, la promotion touristique. Enfin, nous l'achevons par les caractéristiques du discours touristique.

Quant au deuxième chapitre consacré à la pratique proprement dite, on l'entame par une présentation du corpus. Par la suite, nous passons à la méthodologie d'analyse où nous revenons sur les différentes étapes par lesquelles nous nous sommes passées lors de la traduction et sa mise en application par la technique de *voix-off*, avant de procéder à une analyse du corpus. Enfin, nous extrayons quelques difficultés rencontrées et les mettons dans des tableaux, en mettant en évidence les procédés utilisés durant notre traduction pour argumenter nos choix traductologiques.

Au cours de notre recherche, nous nous sommes confrontées à quelques obstacles, notamment les difficultés d'accès aux ouvrages durant la période du confinement, suite à la fermeture des bibliothèques, dans le but de freiner la propagation de la pandémie. Ainsi, une difficulté à se procurer un matériel d'enregistrement professionnel, et les différents logiciels nécessaires pour la mise en application de notre traduction sous forme de *voix-off*.

# **Chapitre premier**

**La traduction audiovisuelle dans le domaine  
touristique : entre le skopos et les procédés  
de Vinay et Darbelnet.**

Dans le monde globalisé dans lequel nous vivons aujourd'hui, la traduction audiovisuelle, dans ses différentes formes, constitue un enjeu majeur dans le processus de promotion des destinations touristiques. Cependant, cette pratique ne s'improvise pas, car elle comporte de nombreux défis techniques, linguistiques et sémantiques. Pour cela, le traducteur audiovisuel doit démontrer un savoir-faire aux niveaux linguistique et extralinguistique, en prenant en compte divers paramètres, pour que le produit final puisse remplir les critères de fidélité et efficacité. Chose que nous allons étudier de plus près dans ce premier chapitre.

### I.1. La traduction audiovisuelle

Traduire, c'est faire passer un message d'une langue à une autre. Selon Georges Mounin « la traduction consiste à produire dans la langue d'arrivée l'équivalent naturel le plus proche du message de la langue de départ, d'abord quant à la signification puis quant au style. » (Mounin, 1963 : 12). En effet, la traduction est une discipline qui nécessite diverses connaissances en plus des connaissances linguistiques, être bilingue ne suffit pas pour être traducteur, mais il faut avoir le pouvoir de décrypter un texte, extraire ses subtilités linguistiques et culturelles, pour pouvoir restituer le sens dans une autre langue.

On distingue quatre types principaux de traduction : pragmatique, littéraire, automatique, et audiovisuelle qui est au centre de notre recherche et à laquelle nous allons nous intéresser au cours de notre travail.

La traduction audiovisuelle, est un domaine de réflexion et de recherche très récent, les premières études datent du centième anniversaire du cinéma (Gambier, 2004 : 1). En effet, cette pratique consiste à traduire toute œuvre audio ou audiovisuelle : film, série, clip vidéo, jeu vidéo, film documentaire, etc. À travers d'outils perfectionnés, afin de rendre ces œuvres accessibles à un public large et multinational.

Cependant, en plus des contraintes qu'on retrouve dans la traduction d'un texte écrit, dans la traduction audiovisuelle, d'autres difficultés s'imposent. Étant donné qu'il s'agit d'un transfert linguistique audiovisuel, c'est-à-dire, le texte s'insère dans les images, cette spécificité de l'audiovisuel exige de la part du traducteur un travail minutieux, puisqu'il a affaire à la fois à des supports visuels et audio. En ce sens, Gambier considère trois orientations fondamentales dans les champs de la traduction audiovisuelle, les relations entre images, sons et paroles, les relations entre langue étrangère et langue d'arrivée et les relations

entre code oral et code écrit (Gambier, 2004 : 1). Mogorron Huerta met l'accent sur ce point, lorsqu'elle écrit ce qui suit :

*La TAV est une modalité de traduction subordonnée, c'est-à-dire il s'agit d'une modalité de transfert interpolysystémique dans laquelle interviennent plusieurs codes linguistiques et extralinguistiques et qui possède des restrictions de temps et d'espace qui ont une incidence directe sur le résultat final du discours traduit.*

(Mogorron Huerta, 2011 : 12)

En somme, dans la traduction audiovisuelle, il ne s'agit pas uniquement d'un transfert linguistique, mais divers paramètres interviennent, à savoir les contraintes du temps, d'espace et d'image, ce qui va influencer la façon de traduire, un point auquel nous allons apporter plus de détails dans la suite de ce chapitre.

### **I.1.1. Les modes de la traduction audiovisuelle**

Les modes de la traduction audiovisuelle se sont multipliés récemment. Yves Gambier dans son article, *La traduction audiovisuelle : un genre en expansion*, identifie douze modes, que nous allons décrire brièvement. Cependant, nous allons nous focaliser sur la technique de *voix-off*.

#### **I.1.1.1. La traduction de scénarios**

Une technique qui est employée dans le cas de coproduction, il s'agit des traductions qui ne sont pas visibles, mais qui servent à mettre en route un projet de réalisation cinématographique ou télévisuelle. (Gambier, 2004 : 29)

#### **I.1.1.2. Le sous-titrage intralinguistique**

Sous-titrage rédigé dans la même langue que la langue de l'œuvre originale, c'est une technique ayant pour objet de transmettre par écrit un message formulé à l'oral, adapté à destination des sourds et des malentendants.

#### **I.1.1.3. Le sous-titrage inter-linguistique**

Il s'agit des sous-titres qui apparaissent au même temps que la personne qui parle, comme le soulignent Lavaur et Serban, ils impliquent la traduction d'une œuvre cinématographique ou d'un programme télévisé, tournés dans une langue étrangère (Lavaur et

Serban, 2008 : 33). Cependant, c'est une technique qui possède des restrictions de temps et d'espace, ce qui va influencer le résultat final de la traduction.

### **I.1.1.4. Le sous-titrage en direct**

Il s'agit des sous-titres qui apparaissent en bas d'écran, lors d'une diffusion d'un programme en direct, comme pour une interview.

### **I.1.1.5. Le doublage**

Une technique de traduction audiovisuelle très répandue, utilisée pour produire une version d'un film dans une langue différente de la version originale, en substituant les voix de la version originale, par les voix des acteurs s'exprimant dans une autre langue, en synchronisant le script aux mouvements faciaux et corporels des personnages.

### **I.1.1.6. Le commentaire**

Le commentaire est une manière d'adapter un programme à un nouveau public, selon Gambier, c'est une manière d'adapter un programme à un nouvel auditoire, et qui comprend l'ajout des données ou des informations supplémentaires ou explicatives. Dans cette technique, compte plus la synchronie avec les images qu'avec la bande sonore (Gambier, 2004 : 3), autrement dit, la synchronisation se fait avec les images et non pas avec les voix originales.

### **I.1.1.7. Le surtitrage**

C'est un procédé qui permet de projeter manuellement la traduction du texte d'un spectacle, afin de rendre l'opéra et le théâtre accessible à un public plus large.

### **I.1.1.8. La traduction à vue**

Pour Gambier, c'est « une technique qui se fait à partir d'un script, d'une liste de dialogues ou même d'un sous-titrage déjà fait dans une autre langue » (Gambier, 2004 : 3). Cette technique sert donc à traduire oralement un message écrit

### **I.1.1.9. L'audiodescription**

C'est une opération qui permet aux personnes aveugles et malvoyantes d'accéder aux œuvres audiovisuelles, grâce à la narration et à la description des éléments visuels importants pour la compréhension de l'œuvre, tels que les gestes, les grimaces, etc.

### **I.1.1.10. La production multilingue**

Pour Gambier, elle peut être entendue selon deux orientations, elle comprend à la fois la double version dans laquelle chaque acteur joue dans sa langue maternelle et l'ensemble est doublé en une seule langue, et aussi les remakes, où les films sont adaptés pour une audience étrangère. (Gambier, 2004 : 4)

### **I.1.1.11. L'interprétation**

C'est le fait de reproduire un discours oral dans une autre langue. Selon Gambier, elle se fait sous trois formes, consécutive ou abrégée, comme lors d'une interview d'un politicien, d'un sportif, etc., simultanée (en direct) ou en différé, pour des débats télévisés, ou encore grâce au langage des signes. (Gambier, 2004 : 3)

### **I.1.1.12. La voix-off**

Avant de parler de *voix-off*, nous allons d'abord évoquer la *voix-in* : on parle d'une *voix-in*, lorsqu'une voix est synchronisée avec les lèvres du locuteur. Dans un film par exemple, quand un personnage apparaît à l'écran, on le voit en train de parler, on l'entend, cette voix est appelée la *voix-in*. Qu'est-ce qu'alors la *voix-off* ?

Contrairement à la *voix-in*, la *voix-off* correspond à la voix d'une personne ou d'un narrateur qui n'est pas à l'image. Cela veut dire, une voix qu'on entend dans une production audiovisuelle, mais dont on ne voit pas celui ou celle à qui elle appartient, telle une personne qui commente sans apparaître à l'écran.

En effet, la *voix-off* est l'une des techniques de la traduction audiovisuelle. Selon *Le glossaire de la traduction audiovisuelle*, établi par l'association des traducteurs adaptateurs de l'audiovisuel, c'est la voix qui accompagne le déroulement d'un documentaire et en présente les différents intervenants. Dans la version française, la *voix-off* de la version originale disparaît pour être remplacée par la voix d'un comédien qui lit le texte établi par l'adaptateur (ATAA, 2014 : 43). Cette technique est généralement utilisée dans les vidéos promotionnelles, ainsi que

dans les documentaires « ce mode est d'usage de plus en répandu pour les vidéos d'entreprise » (Gambier, 2004 : 3).

Comparée aux deux techniques les plus répandues dans la traduction audiovisuelle. Le doublage, une technique coûteuse qui implique plusieurs acteurs, et au sous-titrage, qui exige une concentration sur la lecture que sur l'image. La *voix-off* ne fait appel qu'à un seul narrateur et ne requiert aucun effort supplémentaire, mais offre plus de souplesse et de rapidité au public cible, sans être obligé de porter une attention aux sous-titres.

Un bon service de *voix-off* commence d'abord par la traduction, le traducteur doit prendre en compte le fait que le texte d'arrivée sera lu à haute voix, cela va influencer la ponctuation, le lexique, la longueur des phrases et le registre linguistique. Une fois que la traduction est approuvée pour l'enregistrement, il va devoir choisir le *speaker*, qui s'adapte le mieux aux exigences de destinataire en fonction de la langue, de l'âge, du sexe et du ton de la voix [car il faut plaire à l'oreille du téléspectateur]. Ce n'est qu'une fois que la voix est choisie, le texte traduit sera enregistré en audio. Pour enfin le monter à la vidéo, d'une manière à ce qu'il soit synchronisé avec les images (<https://interlanguage.it/fr/> consulté le 06/03/2020).

### **I.1.2. Les conditions d'un travail de qualité**

Selon l'association des traducteurs adaptateurs de l'audiovisuel, pour un travail de qualité, le traducteur audiovisuel doit être entouré de certaines conditions, elles sont présentées ci-dessous : (ATAA, 2010 : 15-17)

#### **I.1.2.1. Des supports matériels fiables**

Le document vidéo à traduire doit être de bonne qualité, notamment en ce qui concerne la qualité du son. Ainsi, une transcription fidèle des dialogues de la version originale.

#### **I.1.2.2. Des délais suffisants**

Afin d'assurer une traduction de qualité, le traducteur devrait disposer suffisamment du temps pour effectuer sa traduction. Cependant, ces délais peuvent varier en fonction de la densité des dialogues, des recherches à effectuer, des difficultés du support, etc.

### I.1.2.3. La rémunération

Lorsque le traducteur remet sa traduction, il adresse à son client une note de droit d'auteur (relevant de l'Agessa). Cependant, la question du juste prix d'une adaptation est complexe, c'est pourquoi elle se négocie entre le traducteur et le commanditaire.

### I.1.3. Le traducteur audiovisuel, entre défis et contraintes

Le traducteur audiovisuel, appelé aussi adaptateur, est chargé d'interpréter le *vouloir-dire* d'une œuvre audiovisuelle et la traduire pour un public cible, auquel il doit susciter les mêmes réactions que celles provoquées par l'œuvre originale, chez le public de départ.

Néanmoins, la traduction d'une œuvre audiovisuelle ne s'improvise pas, cette pratique comporte de nombreux défis et de fortes contraintes.

#### I.1.3.1. La présence d'éléments dialectaux

Un discours audiovisuel étant un discours oral, est généralement marqué par la présence d'éléments dialectaux. Un problème auquel se trouve confronter un traducteur audiovisuel, une véritable difficulté à surmonter si l'on a dans une phrase un binôme de mots, l'un d'une langue standard et l'autre d'un dialecte. Moussaoui Yamina Leila dans son article intitulé *L'influence culturelle sur la traduction de la poésie populaire : traduire une langue ou un dialecte ?* affirme cette difficulté :

*La traduction du dialecte est toujours problématique et surtout pour l'arabe et ses parler moderne [...] il existe ainsi des différences marquées dans les locutions employées par les populations des villes et les populations rurales.*

Elle ajoute que :

*Les mots utilisés dans le parler égyptien ne sont pas les mêmes dans le parler algérien donc un traducteur égyptien trouvera des obstacles en traduisant un texte dialectal Maghrébin ici nous remarquons que le processus culturel joue un rôle important dans cette opération traduisante et combien une langue est-elle liée à sa culture.*

*(Moussaoui, 2014 : 12)*

Une telle situation de diglossie, fait de la traduction un acte qui ne se fait pas sans difficulté. Il va alors devoir trouver un moyen de rendre ses usages non-standards de la langue, concevables dans une autre langue.

### **I.1.3.2. Contraintes culturelles**

Dans la traduction audiovisuelle, comme dans d'autres formes de traduction d'ailleurs, face à des éléments culturels qui se manifestent comme un lieu de résistance très solide à la traduction, le traducteur doit compléter son rôle de médiateur culturel, et ne pas se limiter aux mots. Comme l'affirme Umberto Eco dans son ouvrage *Dire presque la même chose* « un traducteur tient compte des règles linguistiques, mais aussi d'éléments culturels, au sens le plus large du terme » (Eco, 2007 : 190).

À cet effet, le traducteur doit avoir une maîtrise de la langue qu'il traduit, de saisir toutes ses subtilités, comprendre ses expressions régionales, et connaître l'histoire, la culture et le mode de vie du pays de l'œuvre, afin de pouvoir décrypter le message et assurer une reproduction fidèle.

### **I.1.3.3. Le lien texte/image**

En effet, dans l'audiovisuel, le texte s'insère dans l'image, c'est un lien très répandu. C'est pourquoi le traducteur ne peut se limiter aux mots, mais avant de se lancer dans la traduction, il devra lire non seulement le texte, mais aussi les images, et extraire leurs codes culturels auxquels il devra rester attentif au cours de l'opération traduisante. Ainsi que le souligne Mogorron Huerta, dans son article intitulé *Problèmes d'équivalence et perte d'information en traduction audiovisuelle* :

*Dans une production audiovisuelle, à part les dialogues qui fournissent la partie centrale de la signification du message, pour une bonne compréhension et une bonne traduction, il convient inévitablement de prendre en compte également des informations contenues dans les images.*

*(Mogorron Huerta, 2011 : 11)*

Par conséquent, la présence du visuel va influencer la façon de traduire.

### I.1.3.4. Contraintes techniques liées à l'audiovisuel

Par ailleurs, assurer une bonne traduction ne suffit pas, le traducteur doit répondre aux exigences spécifiques de ce domaine. Dans le cas de doublage, il faut que la traduction soit synchronisée avec les mouvements de lèvres des interlocuteurs. Comme l'explique le traducteur Sylvestre Meininger lors de son entretien avec Alain Boillat et Laure Cordonier :

*Dans le doublage, le traducteur peut prendre beaucoup plus de libertés dans la mesure où l'original disparaît. Cependant, il est tout aussi indispensable de coller au rythme de l'écriture, de la mise en scène et du montage, ainsi qu'à la gestuelle et au jeu des acteurs. Et, bien sûr, au sens ! C'est un travail qui demande aussi un peu plus de temps, car dès qu'un personnage remue les lèvres, il faut introduire du texte. Cette liberté est toutefois soumise, en effet, à l'impératif du synchronisme.*

*(Boillat, Cordonier, 2013 : 13)*

Quant au sous-titrage, le traducteur doit faire preuve de concision et de clarté. Disant qu'une personne peut lire en moyenne 30 caractères par seconde, il doit trouver un moyen de réduire l'essence de la phrase, en respectant les règles de syntaxe et de grammaire et le style de l'interlocuteur et s'assurer que les sous-titres restent affichés suffisamment longtemps pour être lisibles :

*Le sous-titrage est soumis à la contrainte de temps en termes de nombre de caractères [...] il est important de respecter le rythme des dialogues originaux, afin que le spectateur puisse avoir des repères par rapport à la langue d'origine.*

*(Boillat, Cordonier, 2013 : 12)*

Pour le cas de *voix-off*, le traducteur aura moins de difficulté certes, vu que le texte n'est pas synchronisé avec les lèvres des interlocuteurs, mais il doit être concis, car dans l'enregistrement, il doit commencer et terminer ses répliques aussi précisément que possible, notamment lorsque les phrases sont très proches, elles doivent être insérées de la façon la plus précise, afin d'assurer la synchronisation entre le verbal et le visuel. Tout de même, il ne faut pas que la recherche du synchronisme conduise au faux sens ou encore au contresens, mais il faut plutôt trouver le juste équilibre pour assurer une cohésion dans l'ensemble de l'œuvre.

En outre, un traducteur audiovisuel doit tenir compte dans sa stratégie de traduction les gestes et les expressions faciales des personnages, de la musique, ainsi des écritures comme les noms des magasins, les titres de journaux, etc.

Les contraintes que nous venons de citer, montrent à quel point la traduction d'une œuvre audiovisuelle peut être difficile pour le traducteur, et nous mènent surtout à chercher des solutions pour les contourner. À cet égard, nous allons aborder les deux théories que nous allons servir comme solution traductologique dans le deuxième chapitre, il s'agit de la théorie du *skopos* et des procédés de Vinay et Darbelnet.

### I.2. La théorie du *skopos*

*Skopos* est un mot grec qui signifie la visée, le but ou la finalité, en traductologie il désigne une théorie développée par Hans Vermeer, en collaboration avec Katharina Reiss, en 1978.

Cette théorie se concentre sur l'objectif de la traduction et met en avant l'idée que chaque texte a un but et un public cible qui lui est propre. C'est-à-dire, avant de commencer à traduire, il faut savoir pourquoi et pour quel objectif le texte source doit être traduit. Les stratégies employées par le traducteur doivent être choisies en fonction de la visée du texte cible, que Vermeer appelle *le translatum*.

*Le traducteur se retrouve, selon Vermeer, investi du pouvoir de transformer un texte réduit à une « offre d'information » en un texte cible répondant au *skopos* qui lui a été assigné. Il peut le modifier, éventuellement procéder à des retraites, à des ajouts ou à une réorganisation du contenu, lui imprimer sa marque, à condition de rester cohérent avec ses impératifs de communication envers le destinataire et certains impératifs de fidélité dérivant directement du *skopos* négocié avec le commanditaire, c'est sa propre connaissance des deux langues et cultures en présence, ainsi que du sujet traité, et sa propre subjectivité qui lui font choisir une stratégie et recréer un texte.*

(Lavault-Olléon, 2008 : 13)

De ce fait, la théorie du *skopos* ne prescrit aucune méthode, mais laisse le choix au traducteur des fins et des moyens. En d'autres termes, c'est en fonction de la finalité du texte qu'une méthode va être choisie. Dans le cas d'un discours touristique, la tâche du traducteur va

être de produire un argumentaire propre à séduire un nouveau public, en prenant en compte les besoins du commanditaire et les attentes culturelles du public cible.

La traduction se fait donc en fonction du *skopos*, d'où la classification de cette théorie comme une théorie fonctionnelle. Or, il ne s'agit pas de la fonction attribuée par l'auteur du texte original, comme l'explique Guidère :

*Mais il ne s'agit pas ici de la fonction assignée par l'auteur original du texte source ; bien au contraire, il s'agit d'une fonction prospective rattachée au texte cible et tributaire du commanditaire de la traduction. En d'autres termes, c'est le client qui fixe un but au traducteur en fonction de ses besoins et de sa stratégie de communication.*

(Guidère, 2016 : 74)

En effet, avant de traduire, le traducteur reçoit de la part du commanditaire un cahier de charge, qui contient des informations sur le texte cible, qui vont guider la démarche du traducteur. Mais il doit en parallèle respecter les règles de cohérence et de fidélité.

Plus tard, Vermeer a élargi sa théorie en intégrant la typologie textuelle de Katharina Reiss. Comme l'explique Guidère, il est important de classer le texte à traduire dans un type de texte particulier, pour savoir les éléments à conserver lors de la traduction :

*Si le traducteur parvient à rattacher le texte source à un type textuel ou à un genre discursif, cela l'aidera à mieux résoudre les problèmes qui se poseront à lui dans le processus de traduction. Vermeer prend en considération les types de textes définis par K. Reiss (informatifs, expressifs, opérationnels) pour mieux préciser les fonctions qu'il convient de préserver lors du transfert.*

(Guidère, 2016 : 75)

En somme, le *skopos*, le but ou l'objectif de la traduction, est donc la base de cette théorie. C'est le *skopos* qui va déterminer les méthodes de traduction et les stratégies à utiliser par le traducteur, pour arriver à un résultat adéquat.

### I.3. Les procédés de Vinay et Darbelnet

Afin de guider l'activité traduisante et résoudre quelques problèmes de traduction, Jean-Paul Vinay et Jacques Darbelnet, proposent sept procédés de traduction dans leur ouvrage intitulé « la stylistique comparée du français et de l'anglais », paru en 1958.

Ils ont assez contribué à l'évolution de la traduction. C'est pourquoi nous jugeons utile de les exposer brièvement.

Les sept procédés sont classés dans deux types de traduction, la traduction directe et la traduction oblique.

- Les procédés de traduction directe, on y trouve trois :

#### I.3.1 L'emprunt

Consiste à utiliser un mot ou une expression du texte source, dans le texte cible.

#### I.3.2 Le calque

Ce procédé consiste à traduire littéralement une expression, en adaptant sa structure en la langue de départ.

#### I.3.3. Traduction littérale

Il s'agit d'une traduction mot-à-mot, aboutissant à un texte dans la langue cible à la fois correcte et idiomatique.

- Les procédés de la traduction oblique, on y trouve quatre :

#### I.3.4. La transposition

Consiste à passer d'une catégorie grammaticale, à une autre, sans entraîner de perte sémantique.

#### I.3.5. La modulation

C'est un procédé qui implique un changement de point de vue, il permet de tenir compte les différences d'expression entre les deux langues, passant de l'abstrait au concret, de la cause à l'effet, du tout à la partie et vice-versa.

### **I.3.6. L'équivalence**

Consiste à traduire une expression par une autre entièrement différente, mais qui exprime la même réalité dans la langue d'arrivée, ce procédé peut être utilisé pour traduire des proverbes, les expressions toutes faites, des interjections...

### **I.3.7. L'adaptation**

C'est remplacer un élément culturel du texte de départ par un autre qui soit plus adapté à la culture de la langue cible, ceci permet de rendre le texte plus familier.

Après avoir abordé la traduction audiovisuelle et les théories de traduction. Dans la dernière partie de ce chapitre, nous essayerons de donner une vue d'ensemble du tourisme en Algérie et de circonscrire au thème qui nous intéresse : la promotion touristique.

## **I.4. Le tourisme**

Le tourisme est une activité humaine, qui inclut le déplacement d'un individu dans un endroit en dehors de son milieu habituel. Au sens de l'Organisation Mondiale du Tourisme, le mot tourisme désigne « l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs » (Giotart, Pierre & Balfet & Leroux, 2007 : 6).

Par conséquent, nous tirons trois points qui caractérisent le tourisme : le changement de lieu, la durée, et le motif du séjour.

À noter qu'au point de vue historique, cette activité est longtemps restée l'affaire des classes favorisées. Mais qui s'est peu à peu développée, grâce aux avancées technologiques et la révolution des transports, pour devenir une pratique populaire ouverte à tous les citoyens du monde et une activité majeure dans l'économie mondiale, par les effets d'entraînement qu'il induit sur les autres secteurs. Il est donc impératif qu'un pays donne une image positive aux touristes.

### I.4.1. Le tourisme en Algérie

L'Algérie, le pays le plus grand du continent africain, se situe en Afrique du Nord, dispose d'importants atouts naturels, culturels et patrimoniaux diversifiés, qui peuvent la rendre une destination touristique concurrentielle, un littoral qui dépasse 1600 km, un immense désert, des paysages époustouflants, des richesses historiques et archéologiques et pourtant elle est l'une des destinations peu visitées par les touristes étrangers, contrairement à ses voisins maghrébins (Tunisie, Maroc).

Le tourisme constitue aujourd'hui, une ressource alternative aux hydrocarbures, le gouvernement algérien, semble vouloir relancer le secteur et le mettre en premier plan de sa stratégie de développement. L'ex-président algérien Abdelaziz Bouteflika, a déclaré aux participants des Assises du tourisme, en février 2008 :

*Le tourisme doit être une priorité nationale pour l'Algérie, et il y a de nombreuses attentes de la part des algériens dans le domaine, il est impératif de pousser le développement de secteur touristique sachant que l'Algérie exporte actuellement plus de touristes qu'elle n'en reçoit*

*(Belbacha, 2011 : 3)*

Mais ce n'est que des paroles qui n'ont pas donné suite sur le terrain. Parmi les principales raisons qui freinent la relance de ce secteur, le retard de développement des infrastructures, la dépendance de l'économie aux hydrocarbures, et surtout l'absence d'activités promotionnelles. L'Algérie souffre d'un véritable problème de promotion de destination, c'est pourquoi son énorme potentiel touristique ne retrouve pas son public.

À cet égard, dans une étude statistique sur le tourisme en Algérie, Belmedjahed Nouara suggère aux établissements touristiques de s'investir dans la communication « les établissements touristiques devraient s'investir mieux dans la communication, notamment pour promouvoir le tourisme durant la saison saharienne », elle ajoute « les offices touristiques devraient promouvoir le tourisme durant toute l'année afin de le sortir de sa sphère saisonnière » (Belmedjahed : 13). C'est donc sur la promotion touristique que nous concentrerons notre attention.

### I.4.2. La promotion touristique

La notion de promotion touristique renvoie à la diffusion d'un lieu en tant que destination touristique, et montrer aux touristes ses attraits en divulguant les attractions naturelles, culturelles et historiques, tout en adoptant des stratégies afin de diversifier les offres et les commercialiser d'une façon efficace. Elle se fait sur tous les niveaux : local, régional, national et international, à travers de nombreux moyens tels que les brochures, les affiches, les dépliants, les vidéos et les documentaires touristiques.

La promotion assure un contact permanent et efficace entre l'organisation touristique et la cible, elle permet de transmettre des informations nécessaires sur la nature, les données et les composantes de l'offre touristique, dans le but d'être attractif et séduire le consommateur. C'est à cette étape que la communication touristique intervient.

#### I.4.2.1. La communication touristique

La communication est une activité universelle, qui a lieu partout et à tout moment dans la vie des hommes. Elle s'agit du fait de communiquer entre deux ou plusieurs personnes, de transmettre au récepteur un concept, une information, une idée, à travers un canal. Selon le Petit Larousse, c'est « l'action d'établir une relation avec autrui. Échange entre un émetteur et un récepteur au moyen de signes et de signaux. » (Larousse, 2005)

La communication se répartit en deux types, la communication média et la communication hors média, ce sont deux concepts qui se différencient l'un de l'autre par les outils qu'ils utilisent. D'après Surzur la communication se décline en deux grandes familles : la communication médias qui passe par les cinq médias traditionnels que sont la télévision, la radio, le cinéma, la presse et l'affichage, plus un média récent, mais en constante évolution, internet. La communication hors médias concerne tout le reste de la communication, qui ne passe pas par ces six médias (Surzur, 2009 : 26)

La communication est un secteur qui s'adapte suivant les spécialités de chaque domaine, notamment le domaine touristique, il s'agit de la communication touristique, que considère Frustier comme étant :

*L'ensemble des actions des moyens et des outils mobilisés afin de promouvoir l'activité touristique dans une collectivité territoriale et elle englobe toute activité pouvant avoir un impact sur la fréquentation touristique faite à la fois par des acteurs publiques et privés.*

*(Frustier, 2009 : 8)*

De ce fait, la communication touristique est l'ensemble des messages et des informations, qui tendent à valoriser un territoire et le faire connaître (ses atouts, les moyens de s'y rendre ou d'obtenir davantage d'information) et attirer les touristes à travers différents moyens et outils de communication, tel que la télévision, la radio, le cinéma, la presse, l'affichage et tous les supports numériques.

Comme toute sorte de communication, la communication touristique doit répondre à ses trois objectifs principaux : (Menvielle, 2004 : 3)

- Cognitif : vise à faire connaître la destination à travers la publicité, en effet, quelles que soient les caractéristiques d'une destination, tant qu'elle n'est pas mise à la connaissance du consommateur, la clientèle ne viendra pas, car elle n'existe pas dans sa tête « le touriste va là où il sait qu'il peut aller » (Surzur, 2009 : 33).
- Affectif : vise à attaquer son côté affectif et faire aimer en construisant une image positive, mais réelle et conforme aux attentes du public cible.
- Conatif : vise à faire agir, déclencher le passage à l'acte et pousser le consommateur à faire le pas, et choisir cette destination parmi d'autres.

Enfin, parmi les différents moyens de communication touristique, nous allons traiter le cas du documentaire touristique.

### **I.4.2.2. Le documentaire touristique**

*Samedi dernier, je suis partie à Montréal. Le temps d'une petite découverte. Le tout en restant chez moi, devant ma télé. Et j'avais oublié à quel point certaines émissions nous donnent envie de prendre notre sac à dos et partir à l'aventure.*

*Margot Perroy ([http://www.eturisme.info/emissions\\_tv/](http://www.eturisme.info/emissions_tv/) consulté le 04/03/2020)*

Le documentaire est un genre cinématographique qui se réfère au réel, il favorise la découverte, la curiosité et la connaissance. Albain Michel Ikomb, le définit comme suit :

*Un film qui a caractère de document, un film qui s'appuie sur des documents pour décrire une certaine réalité ou l'arranger selon les convenances. Il diffère de la fiction dans la mesure où il a généralement un but informatif, le sujet étant une réalité et non une histoire imaginaire ou adaptée.*

*(Ikomb, 2012 : 1)*

Il existe plusieurs types de documentaire, grâce à sa diversité de formats et de sujets. Cependant, ce qui nous intéresse, c'est bien le documentaire touristique, qui cherche à promouvoir et renforcer l'image d'une destination, afin de générer l'envie de visiter auprès des spectateurs. En mettant en avant ses atouts, par une série d'images animées accompagnées généralement par un lexique évocateur sous forme de *voix-off*. De manière à atteindre l'aspect cognitif, affectif et conatif de la cible.

Le documentaire touristique constitue un moyen de communication incontournable, car il touche deux niveaux sensoriels : le visuel et l'audio, ce qui permet de créer une connexion plus personnelle avec la clientèle visée. Comme le démontre Jean-Pierre Panzani « grâce au documentaire, le petit écran apporte au plus grand nombre un supplément de connaissances et de culture, et offre une ouverture vers les autres » (Panzani, 2013 : 53). Il permet donc de rejoindre un public large et international, vu qu'il touche une cible très large en un temps-record.

Par ailleurs, pour être le plus efficace possible et se différencier des concurrents, le film documentaire touristique doit répondre à un ensemble de critères :

- Des critères d'esthétique, d'originalité, mais surtout de créativité, afin de marquer les esprits, stimuler l'imagination du spectateur, provoquer son émotion et pousser l'envie de visiter.
- Le contenu et la qualité sont deux aspects à prendre en compte parce qu'ils permettent de maintenir l'attention de l'audience de manière beaucoup plus puissante.
- Pour réussir à faire passer le message visuel désiré, les images doivent être choisies soigneusement, car elles jouent un rôle essentiel, étant donné qu'elles accompagnent le texte, provoquent la pensée visuelle, comme elles véhiculent une charge culturelle, historique et des valeurs ancestrales. De même pour le message linguistique, il doit respecter les règles du fond et de la forme, pour aboutir à l'action attendue.

Le documentaire a connu un essor très important, avec la tendance de rediffusion du programme télévisé sur Internet, via différentes plateformes d'affichage vidéo, notamment la plateforme *Youtube*, qui fait aujourd'hui le premier site du partage de contenus vidéo, un outil incontournable dans le processus de promotion.

À cette étape de notre recherche. Nous tenons à souligner l'importance d'avoir recours à la traduction audiovisuelle pour ces œuvres promotionnelles, y compris le documentaire touristique, car elle assure une diffusion massive et donc la transmission du message promotionnel à un public de plus en plus large. En ce sens, dans ce qui suit, nous allons citer les caractéristiques du discours touristique, afin de mieux cerner les difficultés qui peuvent poser au traducteur de ce type de discours.

### **I.4.3. Les caractéristiques du discours touristique**

Nous allons citer les caractéristiques du discours touristique, afin de mieux cerner les difficultés qui peuvent poser au traducteur de ce type de discours.

#### **I.4.3.1. Les caractéristiques lexicales et syntaxiques**

Au niveau lexical, le discours touristique étant une langue de spécialité, utilise des termes généraux, qui deviennent des termes spécialisés. À titre d'exemple, le terme *dîner* désigne dans un contexte général le repas du soir, il peut se limiter à un simple plat vite fait. Or, dans un contexte touristique, un *dîner* inclut une entrée, un plat et un dessert servi à table ou en libre-service (Odeh, 2007 : 5). Il possède donc un contenu sémantique plus diffus et plus riche.

Dans un discours touristique, le lexique tend vers l'univocité, c'est-à-dire, un mot ne peut être employé que dans le même sens et il ne peut avoir qu'une seule signification dans un contexte précis « un idéal de la communication spécialisée de laquelle toute synonymie serait bannie » (Thoiron & Béjoint, 2010 : 108). De plus, les concepts doivent être exprimés de la manière la plus concise possible, d'où le recours dans ces textes aux mots-valises ou à des acronymes tel que *TGV*.

Le discours touristique est un discours de persuasion, dont on fait recours aux champs lexicaux du voyage, de la découverte, de l'aventure et de bonheur. Ainsi des superlatifs, à titre d'exemple : *la plus belle plage du monde*. Ceci est dans le but de renforcer son expressivité, susciter des connotations positives chez le récepteur et jouer sur ses émotions.

Au niveau syntaxique, le discours touristique doit inciter les touristes à choisir une offre touristique, c'est pourquoi on utilise l'impératif. Exemple : *profitez de cette offre exceptionnelle*, si on analyse cette phrase, elle ne possède plus le caractère d'un ordre, mais sonne plutôt comme une incitation, une séduction envers la clientèle. L'impératif rend

l'énoncé plus frappant. Le présent, un autre tiroir verbal qui procure une sensation de continuité et d'éternité, il permet de faire durer le voyage.

### **I.4.3.2. Les caractéristiques stylistiques**

Dans ce genre de texte, le recours aux figures de style s'impose, la métaphore, la répétition, la personnification, de plus les rimes, allitération, assonance, elles favorisent la fonction conative et impressive du message, et permettent de valoriser le discours, attirer l'attention du consommateur et faciliter la mémorisation des slogans.

L'humour s'avère un moyen privilégié de persuasion et qui impacte l'attention du consommateur. Également, les jeux de mots qui apportent une valeur persuasive au discours. L'utilisation de mots nouveaux et inattendus suscite la curiosité du consommateur, augmente l'expressivité du discours, renforce la complicité et facilite sa mémorisation.

### **I.4.3.3. L'élément discursif**

L'énonciation est une technique utilisée pour mettre en valeur le destinataire. Le dialogisme est omniprésent dans ce genre d'écrits, ce qui signifie que le texte associe constamment le lecteur, notamment par l'utilisation des pronoms personnels « on », « nous » ou « vous » (Dufiet, 2007).

Les phrases interrogatives sont très présentes dans les textes promotionnels, elles servent à interpeler le destinataire. La publicité « fait semblant » de poser la question au consommateur mais, en réalité, aucune réponse n'est attendue de sa part (Adam & Bonhomme, 2012 : 38). En outre les phrases injonctives sont utilisées dans le but de motiver le destinataire, exemple : *profitez dès maintenant*.

### **I.4.3.4. L'image**

Dans le domaine de la publicité touristique, le rôle de l'image est capital, car elle influence les attentes du consommateur, selon Frochot et Legohérel, il y a trois types d'images : (2014 : 247)

- L'image organique : il s'agit de l'image qu'a gardée le touriste dans son imagination d'après ce qu'il voit dans les médias.
- L'image induite : il s'agit de l'image que l'organisation touristique souhaite montrer aux consommateurs.

- L'image complexe : c'est l'image la plus représentative de la réalité, car elle s'agit de l'image que le consommateur conserve après son séjour.

Après avoir mis la lumière sur différentes notions théoriques en rapport avec notre travail, nous pouvons déduire que la traduction audiovisuelle est une activité incontournable dans la promotion des destinations touristiques, à laquelle doit procéder l'Algérie afin d'attirer une clientèle étrangère par des contenus attrayants qui sauront mettre en valeur ses potentiels touristiques. C'est ce que nous allons essayer de mettre en pratique, dans le deuxième chapitre, en traduisant un documentaire touristique de l'une des plus importantes destinations touristiques du pays.

## **Chapitre second**

### **Application à un cas concret**

Après avoir abordé l'aspect théorique de notre travail. À présent, on entame ce deuxième chapitre consacré à la pratique proprement dite, par la présentation du corpus. Pour passer par la suite à la méthodologie d'analyse, dont nous revenons sur toutes les étapes par lesquelles nous nous sommes passées lors de la traduction de notre corpus, et sa mise en application sous forme de voix-off, puis l'analyse du corpus. Enfin, nous achèverons par la justification de quelques choix auxquels nous avons fait recours.

### II.1. Présentation du corpus

Le corpus que nous avons choisi est un documentaire touristique, intitulé « تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي », qui dévoile la wilaya de Tlemcen, son histoire, ses traditions culinaires, vestimentaires, musicales et zoom sur ses beautés naturelles et architecturales. Commencant par la grotte des Ain Beni Add, passant par le plateau de Lalla Setti, et arrivant aux cascades d'El Ourit, et d'autres paysages qui sont brillamment mises en valeur. Dans le but de faire promouvoir les potentiels touristiques de ladite wilaya.

#### II.1.1. Présentation de la fiche technique du documentaire

Le corpus choisi est l'un des épisodes de la série documentaire (ألف مدينة و مدينة) de la chaîne algérienne *Chams TV*. Cet épisode de douze minutes et cinq secondes, a été diffusé le 21 avril 2019 et rediffusé sur la plateforme *Youtube*. Réalisé par Kenza Dameche en collaboration avec Khalil Benali.

Intitulé (تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي) nous avons un titre attrayant et séduisant, par lequel l'auteur a su mettre la région en valeur.

Le générique d'ouverture est standard pour tous les épisodes de la série, il est de 24 secondes, comprenant un ensemble d'images montées dans un diaporama de différents sites touristiques du pays, accompagnées d'une musique. Cela sert à introduire les téléspectateurs dans l'univers du documentaire. Il est à noter que c'est le même générique qui apparaît à la fin de l'épisode.



Figure 1 - des prises du générique.

Le documentaire est raconté par une voix féminine « Kenza Dameche » sous forme de *voix-off*, qui fait alterner son discours entre l'arabe classique et le dialecte algérien, et introduit de la musique tlemcénienne dans ses pauses tout au long du documentaire. Des images à format en couleurs qui démontrent la diversité touristique, culturelle, historique et naturelle de la région.

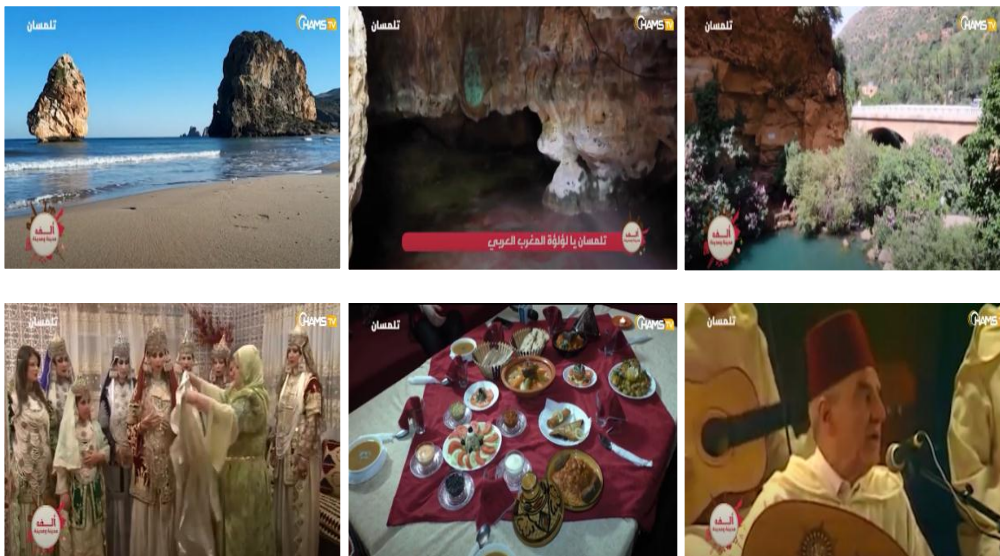


Figure 2 - des prises du documentaire.

Regardant « figure 2 » nous constatons le *logotype* de la série documentaire placé en bas à gauche, et le nom de la région en question écrit en arabe « تلمسان » juste en dessus. Nous avons le titre de l'épisode qui apparaît en bas d'écran de temps à autre. Cependant, les noms de la réalisatrice et du compositeur sont mentionnés vers la fin du documentaire, que nous tenons d'ailleurs à présenter, mais dans un premier temps, nous allons parler de la fameuse chaîne algérienne *Chams TV*.

### **II.1.2. Présentation de la chaîne *Chams TV***

Une chaîne de télévision algérienne, privée, spécialisée du tourisme et de l'environnement en Algérie, lancée le 8 juin 2017. Appartenant à « Reda Mehigueni » tout comme la chaîne *beur TV* dont elle est issue. (<https://shihabpresse.com/> consulté le 02/06/2020)

Sa programmation vise à faire connaître les différents endroits touristiques des quatre coins d'Algérie, mais également la culture, l'histoire et les traditions de chaque région. Aborde aussi des thèmes liés à la préservation de la nature et à l'écologie. Elle est disponible sur le satellite *Nilesat*.

Depuis son lancement, la chaîne *Chams TV* a participé à plusieurs activités et couvert plusieurs événements et rencontres touristiques. Elle donne au spectateur un autre regard au tourisme en Algérie.

### **II.1.3. Présentation de la réalisatrice *Kenza Dameche***

Journaliste algérienne, résidente à Skikda originaire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Elle a commencé sa carrière de journaliste présentatrice à *Chams TV*, le 13 juin 2018.

### **II.1.4. Présentation du compositeur *Khalil Benali***

Journaliste algérien, né le 27 mars 1986 à Ain Boussif, wilaya de Médéa, ingénieur en informatique et titulaire d'un master en journalisme.

Il a commencé sa carrière journaliste à *El Bilad TV* en janvier 2017. En 2018, il rejoint la chaîne du tourisme et de l'environnement *Chams TV*, comme étant journaliste reporter d'images.

### II.2. Méthodologie d'analyse

Dans un premier temps, nous étions amenées à chercher un documentaire touristique qui promeut une des régions du pays. Après une longue recherche nous nous sommes arrêtées sur le choix du documentaire qui s'intitule « تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي ».

#### II.2.1. Détection et découpage en séquences

*On ne peut pas étudier l'oral par l'oral, en se fiant à la mémoire qu'on en garde. On ne peut pas, sans le secours de la représentation visuelle, parcourir l'oral en tous sens et en comparer les morceaux.*

(Blanche-Benveniste, 2000 : 24)

Après plusieurs visions du documentaire, nous sommes passées à la détection, c'est-à-dire, la transcription, à cette étape, nous avons travaillé « à plat », en d'autres termes, faute de moyens, nous avons transcrit le script manuellement. Par la suite, nous avons procédé au découpage du script en séquences, en indiquant la durée et le début de chaque réplique. Nous avons ensuite commencé notre analyse et traduction.

#### II.2.2. Analyse et traduction

Au fil de notre recherche, nous nous sommes rendu compte que notre tâche ne sera pas facile, car la langue du discours est un mélange du dialecte algérien et de l'arabe classique. Mais avant d'arriver à ces conclusions, on doit procéder à une analyse, car il est capital dans un premier temps de saisir les intentions de l'auteur, l'enjeu du texte et le connaître en profondeur. Afin d'identifier les contraintes et déterminer la manière de les contourner.

Nous avons effectué une analyse de l'œuvre, la manière dont elle est structurée et dont elle produit ses effets. Par la suite, nous sommes passées à la traduction, mais notre tâche s'est avérée plus difficile au fur et à mesure, nous nous sommes retrouvées confrontées aux lourdeurs résultant du dialecte « أُسْتَحْلُوَيْتُ، الأَنْدِيلُ، نُحَاجِيُوْ » notamment en ce qui concerne le dernier extrait, qui s'est avéré plus différent du reste du discours, d'un point de vue stylistique et sémantique :

- مرحبا بكم في تلمسان، ألف مرحبا، كل مرحبا مثنية في ثنين، لمة لحيب فالأنديل شحال تحلالي، والعشق فالدار عشق رباني، والعشق فالدالية حتى بلاد لغصان، والعشق فتلمسان ما ينحيه لا باي، ولا سلطان. (00: 11: 08)

Par conséquent, il nous a fallu prendre du recul.

Afin d'éclaircir ces points et comprendre plus les intentions du texte, nous avons contacté la réalisatrice du documentaire, la journaliste Kenza Dameche à maintes reprises, mais nous n'avons pas eu de retour de sa part. Nous avons ensuite sollicité l'aide du compositeur de la vidéo Khalil Benali, qui n'avait pas assez d'informations concernant le discours étant le compositeur, mais il nous a fourni des renseignements utiles concernant l'ensemble du corpus.

Toujours dans le but de collecter le plus possible d'informations, nous nous sommes déplacées le 6 septembre 2020 à Tlemcen, regrettamment tous les monuments exposés dans le documentaire étaient fermés, en raison de la crise sanitaire que subit le monde, dû au *corona virus*. Mais nous avons profité l'occasion d'être dans la région, pour se renseigner auprès d'une dame, qu'on a rencontrée dans une boutique de tenues traditionnelles, à *Maghnia*, concernant l'extrait cité précédemment, cette dernière nous a informé qu'il s'agit d'une *boukala*.

À partir de ce point, nous avons entamé nos recherches sur la *boukala*, afin de trouver des informations concrètes à ce sujet. Jusqu'à ce qu'on tombe sur un article d'un magazine bahreïnien «مجلة الثقافة الشعبية», qui aborde cette tradition culturelle algérienne et qui comporte quelques *boukala*, tirées d'une œuvre de l'écrivaine algérienne Fatima Dilmi, intitulée «لعبة البوقالة ، الطقس و الشعر و المرأة». Parmi les *boukala* citées, nous constatons que la suivante ressemble énormément au dernier passage de notre corpus : (<https://www.folkculturebh.org/> consulté le 26/09/2020)

■ العشق في دارنا والعشق ربّانا، والعشق في بيرانا حتى حلا مانا، العشق محبقة حتى رمات لغصان، العشق مينحيه قاضي ولا سلطان.

Cela confirme que le dernier passage de notre corpus s'agit bien d'une *boukala*.

Munies d'un dictionnaire monolingue arabe, un dictionnaire monolingue français, un dictionnaire bilingue arabo-français, nous avons effectué la traduction du corpus de l'arabe vers le français. Nous avons cherché à produire un texte propre à séduire un public français, en nous servant de la théorie du skopos et des procédés de Vinay et Darbelnet.

### II.2.3. La *voix-off*

Une fois que la traduction du corpus est approuvée, nous avons procédé à la *voix-off*. Nous avons enregistré le texte traduit en audio, par nos voix et par nos propres moyens, mais la qualité sonore ne répondait pas à nos attentes, il nous a fallu trouver un matériel professionnel. Comme nous l'avons cité précédemment, pour un travail de qualité, le traducteur doit disposer des supports matériels fiables (voir p.10). Pour cela, nous avons contacté un professionnel en matière d'édition audio, qui nous a fourni un microphone professionnel de studio doté d'un filtre *anti-pop*, qui sert à épargner le bruit provoqué par le déplacement d'air lors de la prononciation, et d'un logiciel d'édition audio « *WaveEditor* ».

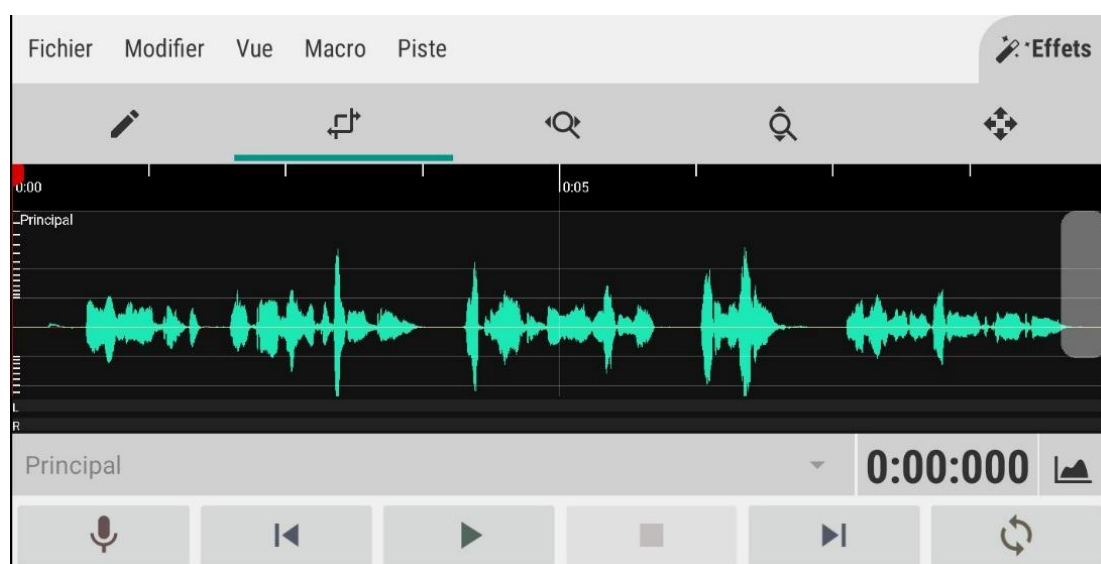


Figure 3- prise du logiciel « *WaveEditor* » lors de l'enregistrement

Nous avons donc procédé à l'enregistrement de notre script, que nous avons découpé en boucles<sup>1</sup>. Durant l'enregistrement, nous avons essayé autant que possible de respecter la voix narrative (voir CD en Annexes), afin de captiver le spectateur et le basculer dans l'univers du documentaire.

<sup>1</sup> Une boucle est un court extrait d'une séquence qui ne dépasse pas une minute.

### II.2.4. Le montage

Après avoir abouti à des enregistrements de bonne qualité, nous sommes passées au montage en nous servant du logiciel « *Pinnacle studio15* ». Cette étape sert à monter les boucles sur « *la timeline* »<sup>2</sup> d'une manière à ce qu'elles soient synchronisées avec les images, tout en se référant à la version originale.

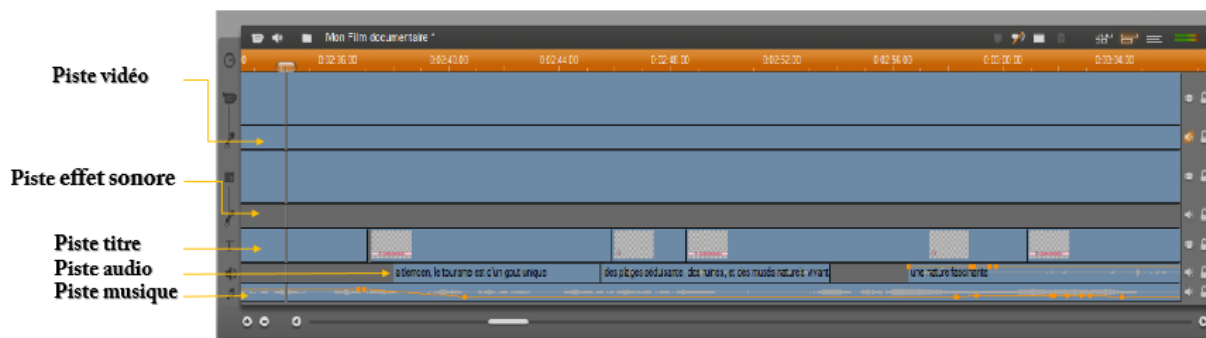


Figure 4- La « *timeline* » du logiciel « *Pinnacle studio15* » lors du montage.

Pendant cette opération, nous nous sommes retrouvées face à la contrainte du temps, il nous a fallu revoir certains passages de notre traduction et les réenregistrer, nous citons l'exemple suivant, que nous devons lire en 8 secondes :

- توالت عليها حضارات مختلفة كالحضارة الرومانية، القرطاجية وكذلك النوميديّة والعثمانية (00 :02 :00)

Nous l'avons traduit dans un premier temps par :

- « Diverses civilisations se sont succédé sur cette ville, tel que la civilisation romaine, carthaginoise, ainsi que numide et ottomane ».

Mais en raison de la contrainte du temps nous l'avons arrangé par :

- « Diverses civilisations s'y sont succédé, la civilisation romaine, carthaginoise, numide et ottomane ».

<sup>2</sup> La timeline est une bande qui contient plusieurs pistes ; une piste vidéo, une piste audio, une piste titre, piste d'effet sonore et piste de musique.

### II.2.5. Habillage musical et mixage

Après avoir monté toutes les boucles, on vient rajouter la musique que nous avons téléchargé (la même musique utilisée dans la version originale), qui vient rythmer la voix, dynamise la vidéo et rajoute une ambiance tlemcénienne.

Enfin, nous avons procédé au mixage, qui sert à équilibrer le volume entre la *voix-off* et la musique.

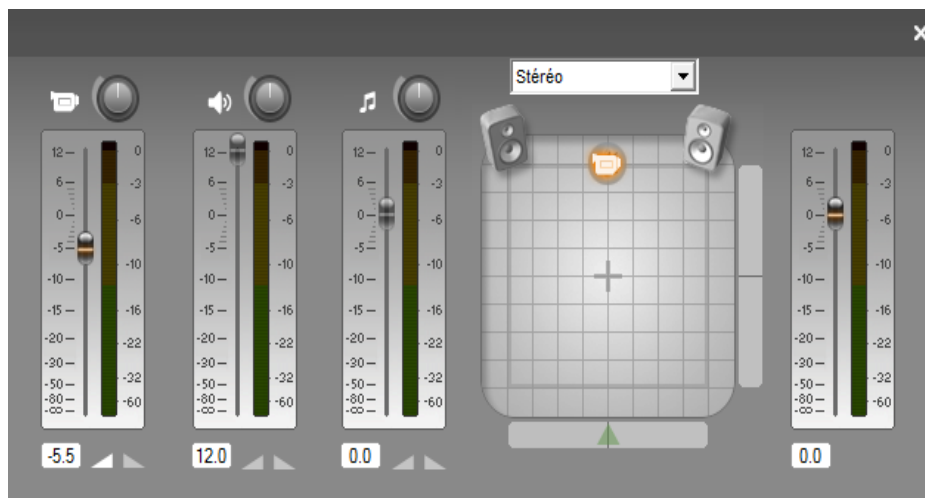


Figure 5- Le tableau de mixage du logiciel « Pinnacle studio15 ».

Exemple : quand la *voix-off* démarre elle est illustrée par un son de 6 tandis que la musique qui l'accompagne doit être réduite à -30 pour laisser la priorité à la *voix-off*. Ensuite, à la fin de chaque courbe de *voix-off*, on vient élever le son de la musique à 6. Afin d'assurer un son équilibré.

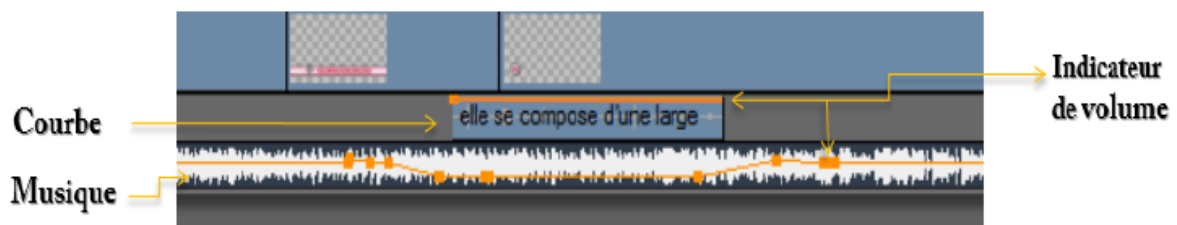


Figure 6- L'affichage de la balance du volume sur « la timeline »

## II.2.6. Traduction de l'écriture qui apparaît sur l'écran

Une fois que nous avons terminé avec la *voix-off*, et comme nous l'avons mentionné dans le premier chapitre, le traducteur audiovisuel « doit tenir compte dans sa stratégie de traduction [...] de la musique, ainsi des écritures comme les noms des magasins, les titres de journaux, etc. » (voir p.14) On vient donc traduire l'écriture qui apparaît à l'écran tout au long de l'épisode, comme l'illustre « figure 7 ».

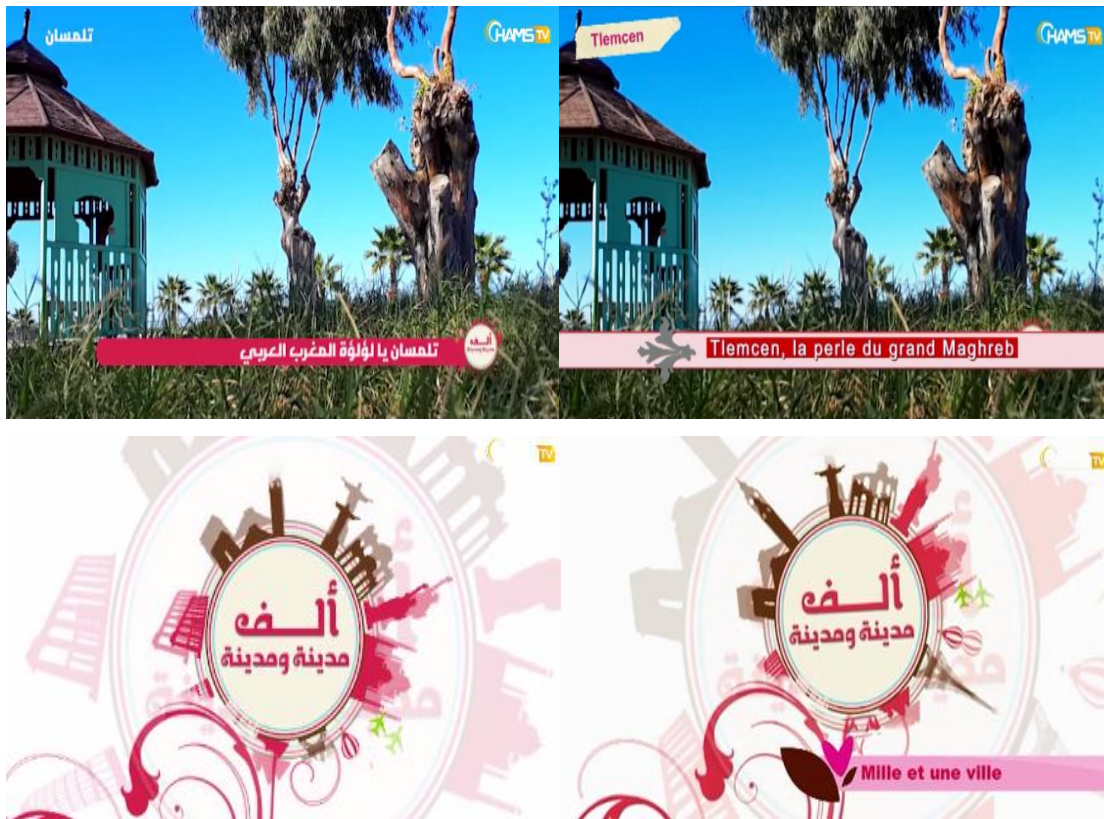


Figure 7- des prises avant/après la traduction

## II.3. Analyse du corpus

Afin de pouvoir souligner les différentes contraintes, auxquelles nous pourrions être confrontés pendant la traduction, nous allons effectuer une analyse du corpus.

### II.3.1. Présentation structurée des différentes séquences

Id	Durée	Intitulé de la séquence	Plan de la parole / timing
1	25s	Générique d'ouverture	Ecriture : ألف مدينة ومدينة.
2	58s	Introduction	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="683 741 1394 842">▪ 00 :00 :35 كان يا مكان، في قديم الزمان.</li> <li data-bbox="683 869 1394 969">▪ 00 : 00 :38 وعلى لؤلؤة المغرب، نحاجيو اليوم.</li> <li data-bbox="683 996 1394 1160">▪ 00 :00 :42 نحكىو على مدينة، لي ماضيها عريق، بمعالمها الأندلسية الأصيلية، ومظاهرها الإسلامية شاهدة على ذلك.</li> </ul>
3	37s	Aperçu général de la ville	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="683 1196 1394 1296">▪ 00 :01 :23 هي مدينة تلمسان.</li> <li data-bbox="683 1301 1394 1507">▪ 00 :01 :25 الواقعة في المنطقة الشمالية الغربية للجزائر، هي مدينة الفن والتاريخ، وذلك لكثرة المباني الفنية الرائعة الموجودة فيها، اللي تظهر ماضيها الفكري والتّقافي.</li> </ul>
4	36s	Histoire	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="683 1529 1394 1675">▪ 00 :02 :00 توّالت عليها حضارات مختلفة، كالحضارة الرومانية، القرطاجية وكذلك النوميديّة والعثمانية.</li> <li data-bbox="683 1680 1394 1843">▪ 00 :02 :09 لكن الحضارة الإسلامية، هي اللي برزت في هاذ المدينة، حتى خذات لقب عاصمة التّقافة الإسلامية.</li> </ul>

5	1mn 17	Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :02 :37 السياحة في تلمسان لها طعم فريد، لي يندوقو راح يطب المزيد.</li> <li>▪ 00 :02 :44 من شواطئ ساحرة، آثار ومتاحف طبيعية حية.</li> <li>▪ 00 :02 :50 تلامس فيها، كل حقبة من الحقبات الزمانية اللي تعاقبت عليه.</li> <li>▪ 00 :02 :56 طبيعة خلابة، منتزهات رائعة، تترك في ذاتك شعور مافيش منو.</li> </ul>
6	2mn5	Les grottes des Ain Beni Add	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :03 :54 نبدو لحكاية من مغارة بني عاد، هي ثاني أكبر مغارة فالعالم، يصل عمقها إلى 57 متر تحت سطح الأرض، وتمتد لـ 700 متر طول، بدرجة حرارة ثابتة، طوال السنة واللي تقدر 13 درجة.</li> <li>▪ 00 :04 :11 هي لوحة طبيعية بديعة، من متحف طبيعي، يخليك تحس بالذهول، وأنت تمشي فيه.</li> </ul>
7	1mn8	Plateau de Lalla Setti	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :05 :57 نروحوا الأن لهضبة لالا ستي، اللي تتميز بمناظرها الخلابة وجوها الهادئ.</li> <li>▪ 00 :06 :04 هي واحدة من أهم المعالم بتلمسان الجوهرة.</li> <li>▪ 00:06 :08 يعود تسمية هذه الهضبة إلى إحدى نساء المدينة الصالحات، اللي وضعوا ضريحها فيها، تكريما للخدمات الجليلة، اللي كانت تقدمها لسكان المدينة.</li> <li>▪ 00 :06 :20 واللي هي لالا ستي الأسطورة، هي تعلي مدينة تلمسان، تطل عليها، كأنها الحارس الأمين.</li> </ul>

8	38s	Les cascades d'El Ourit	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :07 :05 من أهم المعالم السياحية بتلمسان كذلك، شلالات أوريد.</li> <li>▪ 00 :07 :10 واللي يعتبر من أعلى الشلالات الموجودة بالجزائر، تبعد عن وسط لمدينة بحوالي سبعة كيلومتر.</li> <li>▪ 00 :07 :18 رفعت راسي فاندھشت، لشدة علاه، واللي زادني إستمتاعا بالمنظر، هي الشجر والحشيش خضرة اللي تحيط بيها.</li> <li>▪ 00:07 :28 أستلويت مع راسي وتأملت الطبيعة، حتى لقيت روعي في شلالات أوريد.</li> </ul>
9	52s	La musique tlemcenienne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :07 :43 بعدها شفنا هاذ الأماكن السياحية في تلمسان، نروحوا نتمشاوا إلى الموسيقى التلمسانية، اللي تتمثل في الموسيقى الأندلسية ومن بين فنانيتها ريم حقيقي.</li> <li>▪ 00 :08 :07 بلا ما ننساو الشيخ الغفور.</li> </ul>
10	13s	L'art culinaire tlemcénien	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :08 :35 من الموسيقى إلى فن الطبخ التلمساني، وبين نلقاو في مايدتهم من حريرة وبسطيلة.</li> </ul>
11	1mn32	Tenue traditionnelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :08 :48 وفي أفراحهم عروستهم لابسة الشدة، لترمز للعفة والفخامة.</li> <li>▪ 00 :09 :30 تتألف من مجموعة واسعة من مستلزمات اللباس والحلي، واللي قيمتو الفنية والجمالية والتاريخية صنفو منظمة اليونيسكو ضمن التراث الإنساني المشترك.</li> </ul>
12	32s	Conclusion (Boukala)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 00 :11 :08 فمرحبا بكم في تلمسان، ألف مرحبا، كل مرحبا مثنية في ثنين،</li> </ul>

			<p>لمة لحبيب فالأنديل شحال تحلالي، والعشق فالدار عشق رباني، والعشق فالدالية حتى بلاد لغصان، والعشق فتلمسان ما ينحيه لا باي ولا سلطان.</p>
13	25s	Générique de fin	<p>Ecriture : ألف مدينة ومدينة</p>

### Notes :

Nous avons intitulé la séquence 2 « introduction », car elle débute par l'expression « كان يا مكان في قديم الزمان », qui est utilisée pour introduire les contes, suivie par une sorte de devinette « و على لؤلؤة المغرب نحاجيو اليوم », cette formule appelle à une suite et suscite la curiosité.

Il faut cependant remarquer que la séquence 6 débute par « نبدأو لحكاية من مغارة بني عاد », cette expression contribue à l'efficacité de la formule « كان يا مكان في قديم الزمان », d'où nous notons l'intention de l'auteur de donner au discours une forme d'un conte. Il est tout aussi important de remarquer la voix narrative dans ce documentaire (voir CD en Annexes), cette stratégie vise à faire concentrer l'attention et durer l'écoute.

L'auteur a conclu son discours de la même manière qu'il l'a initié, par un jeu divinatoire, il s'agit de la séquence 12 que nous avons intitulé « conclusion » qui est une *Boukala*, comme nous l'avons précédemment souligné, il s'agit en effet d'une tradition culturelle, typiquement Algérienne, une sorte de souhait qui ressemble à un dicton.

### II.3.2. Genre et type de texte

Le discours s'apparente à un texte promotionnel, qui vise à promouvoir une destination. Il est aussi marqué par l'association de différents types textuels : narratif, informatif et descriptif, ce qui a permis au texte de disposer des fonctions informatives, référentielles, persuasive et conative. Cependant la principale fonction est la persuasion, c'est-à-dire la séduction.

En ce qui concerne le type informatif, le texte est riche en informations (lieux, atmosphère, la culture, les traditions), ce qui permet non seulement de susciter l'intérêt des téléspectateurs, mais de leur fournir des informations pratiques.

### Exemple 1 : (00 :02 :00)

- توالى عليها حضارات مختلفة، كالحضارة الرومانية، القرطاجية وكذلك النوميديّة والعثمانية

#### Traduction :

- Diverses civilisations s'y sont succédé, la civilisation romaine, carthaginoise, numide et ottomane. [Notre traduction]

Ajoutant à cela le type descriptif, qui renforce l'expressivité du discours et permet de jouer sur les émotions du récepteur.

### Exemple 2 : (00 :02 :44)

- من شواطئ ساحرة، آثار، ومتاحف طبيعية حية.

#### Traduction :

- Des plages séduisantes, des ruines et des musées naturels vivants. [Notre traduction]

En outre, le type narratif, permet de concentrer l'attention et faire durer l'écoute.

### Exemple 3 : (00 :00 :35)

- كان يا مكان، في قديم الزمان، وعلى لؤلؤة المغرب نحاجيو ليوم، نحكيو على مدينة لي ماضيها عريق .

#### Traduction :

- Il était une fois, dans un temps lointain, c'est la perle du Maghreb que nous devinons aujourd'hui, nous racontons une ville dont l'histoire est antique. [Notre traduction]

## II.3.3 Analyse lexicale et syntaxique

Au niveau terminologique, le degré de spécialisation du langage employé est faible, le discours comporte une grande variété lexicale allant de l'histoire à la géographie, passant par l'architecture, l'artisanat, la musique et la gastronomie. En nous intéressant à la langue employée nous constatons un recours à un registre de langue populaire et familier, une narration qui mêle l'arabe classique et le dialecte algérien. Comme si l'auteur voulait donner une certaine couleur locale, pour renforcer un effet d'oralité et de familiarité.

### Exemple 1 : (00 : 04 : 11)

- هي لوحة طبيعية بديعة، من متحف طبيعي يخليك تحس بالذهول وأنت تمشي فيه.

### Traduction :

- Un splendide tableau, peint par dame nature, d'un musée naturel à vous couper le souffle en marchant dedans. [Notre traduction]

Les verbes dans ce genre de discours servent à guider, orienter et surtout manipuler le destinataire. Dans le cas de notre corpus, le discours est marqué par l'emploi du présent qui procure une sensation de continuité et d'éternité, comme nous l'avons indiqué dans le premier chapitre (voir p.23) :

### Exemple 2 : (00 : 00 : 38)

- وعلى لؤلؤة المغرب نحاجيو اليوم.

### Traduction :

- C'est la perle du Maghreb, que nous devinons aujourd'hui. [Notre traduction]

Ainsi, le discours est marqué par un autre tiroir verbal, le passé qui sert à renforcer l'autorité culturelle du discours, et encore à s'évader hors du temps.

### Exemple 3 : ( 00: 07 : 28)

- أستخلويت مع راسي، وتأملت الطبيعة، حتى لقيت روعي في شلالات أوريد.

### Traduction :

- Je suis resté seul avec soi-même, à scruter la nature, pour me retrouver dans les cascades d'El Ourit [Notre traduction]

Un autre tiroir verbal est employé dans le discours, le futur, qui renforce le pouvoir de séduction.

### Exemple 4 : (00 : 02 : 37)

- السياحة في تلمسان لها طعم فريد، لي يتذوقو راح يطب المزيد.

### Traduction :

- À Tlemcen, le tourisme est d'un goût unique, celui qui le goûtera ne pourra pas se contenter du peu. [Notre traduction]

### II.3.4 Analyse stylistique

Au niveau stylistique, le discours est riche en adjectifs « عريق، الأصيلة، الرائعة، بديعة، »، un moyen évident pour mettre en valeur la destination à promouvoir, leur accumulation renforce la magnificence de la destination et lui introduit un jugement de valeur positif. De plus, plusieurs figures de style sont présentes, comme la métaphore ce qui favorise la fonction impressive du message.

#### Exemple 1 : (00 : 02 : 37)

- السياحة في تلمسان لها طعم فريد.

#### Traduction :

- A Tlemcen, le tourisme est d'un goût unique. [Notre traduction]  
Ajoutant à cela les rimes, l'auteur a terminé son discours par un couplet rimé, marqué par un rythme cadencé, répétitif et insistant.

#### Exemple 2 : 00 : 11 : 08

- لمة لحبيب فالأنديل شحال تحلالي  
والعشق فالدار عشق ربّاني  
والعشق فالدالية حتى بلاد الغصان  
والعشق فتلمسان ما ينحيه لا باي ولا سلطان

#### Traduction :

- Rien que moi et mon bien-aimé autour d'une lanterne  
L'amour chez nous est ancré  
L'amour fort s'est ramifié  
L'amour à Tlemcen ni le bey ni le sultan ne peuvent l'enlever. [Notre traduction]

### II.4. Justification des choix

À présent, nous allons justifier quelques choix auxquels nous avons fait recours, afin de surmonter les différentes contraintes. Ces extraits ne seront pas présentés selon le déroulement chronologique du documentaire, mais classés par type de contrainte.

#### II.4.1. Contraintes liées à la culture

Comme nous l'avons vu dans la partie théorique, les éléments culturels peuvent constituer une source de difficulté pour le traducteur.

##### Exemple 1 :

Enoncé cible	Enoncé source
La mariée est habillée d' <i>chedda</i>	عروستهم لابسة الشدة
<b>Timing :</b> 00 :08 :48	

« الشدة » est une tenue traditionnelle tlemcenienne, classée en 2012 par l'UNESCO au patrimoine universel, il s'agit d'un costume nuptial aux fils d'or, orné de bijoux et d'accessoires. Dans cet exemple nous avons opté pour l'emprunt (voir p.16) et non pas l'équivalence culturelle, nous avons donc gardé le terme « *Chedda* », car il s'agit d'un costume typiquement algérien, qui ne ressemble à aucun autre costume au monde, nous avons gardé l'étrangeté culturelle, car le spectateur du documentaire a la chance de voir cette tenue « *Chedda* » par l'écran portée par des mariées, ce qui lui donne une meilleure représentation du costume. Cela va dans l'intérêt de faire promouvoir le patrimoine national à une grande échelle.

##### Exemple 2 :

Enoncé cible	Enoncé source
<u>la hrira et la pastilla</u>	<u>حريرة و بسطيلة</u>
<b>Timing :</b> 00 :08 :35	

Toujours dans la même perspective, nous avons gardé le même terme « la hrira » en traduisant « الحريرة », qui est un plat traditionnel algérien plus précisément de l'Ouest algérien.

## Chapitre second

Par contre, nous avons traduit « البسطيلة » par « la pastilla », vu qu'il s'agit d'un plat connu à l'autre côté de la méditerranée, qui a été importé en Afrique du Nord après la chute d'Al Andalus. On aurait pu garder le terme « El Bastila », mais nous avons choisi son équivalent français, afin de montrer la diversité culturelle de la région.

### Exemple 3 :

Enoncé cible	Enoncé source
Soyez les bienvenus à Tlemcen <u>Une chaleureuse bienvenue</u> Rien que moi et mon bien-aimé autour d'une lanterne <u>L'amour chez nous est ancré</u> <u>L'amour fort s'est ramifié</u> L'amour à Tlemcen ni le bey ni le sultan ne peuvent l'enlever	فمرحبا بكم في تلمسان <u>ألف مرحبا كل مرحبا مثنية في ثنين</u> لمة لحبيب فالأنديل شحال تحلاي <u>والعشق فالدار عشق ربّاني</u> <u>والعشق فالدالية حتى بلاد لغصان</u> والعشق فتلمسان ما ينحيه لا باي ولا سلطان
<b>Timing</b> :00 :11 :08	

Cet extrait et comme nous l'avons expliqué, est une *boukala* (voir p.30), une tradition culturelle, typiquement algérienne, qui est marquée par la répétition de sons semblables dans les syllabes finales. A cet effet, nous avons essayé autant que possible de rendre le sens au premier lieu et de garder cette particularité stylistique.

Dans ce passage « ألف مرحبا كل مرحبا مثنية في ثنين » une traduction littérale serait inefficace, car il s'agit d'une formule algérienne, qui sert à souhaiter chaleureusement la bienvenue, nous avons rendu ce sens en la traduisant simplement par « une chaleureuse bienvenue ».

Concernant le quatrième passage de la *boukala* « والعشق فالدار عشق ربّاني », nous avons le mot « ربّاني » du verbe « رَبَّى » qui signifie « نماه » selon le dictionnaire « معجم المعاني », et qui signifie selon le dictionnaire arabo-français « élever », par conséquent l'auteur indique par « عشق ربّاني » la présence de « l'amour » depuis le jeune âge, nous l'avons donc traduit par « l'amour chez nous est ancré ».

## Chapitre second

Dans ce passage « والعشق فالدالية حتى بلاد لغصان », nous retrouvons le mot « الدالية » qui signifie « شجرة الكرم » selon « معجم المعاني », mais plus précisément en Algérie « الدالية » désigne la plante de vigne, qui est en croissance continue et qui se ramifie, par conséquent « بلاد لغصان » renvoi au champ de vigne, l'auteur a fait référence à cette plante résistante et qui se ramifie pour exprimer la force de l'amour qui ne cesse de grandir, nous avons restitué ce sens par « l'amour fort s'est ramifié »

### Exemple 4 :

Enoncé cible	Enoncé source
L'une <u>des saintes</u> de la ville	إحدى <u>نساء</u> المدينة <u>الصالحات</u>
<b>Timing</b> : 00 :00 :35	

Dans la culture maghrébine-musulmane « النساء الصالحات » est un titre qui renvoie aux femmes qui sont proches de Dieu, dont le tombeau est l'objet d'un culte populaire, par conséquent, nous l'avons adapté à la culture franco-chrétienne en le traduisant par « saintes » qui signifie selon le grand dictionnaire terminologique « personne à qui est rendu un culte public, universel, et dont la vie, considérée exemplaire en regard des vertus chrétiennes, est proposée en exemple par l'Église ».

### II.4.2. Contraintes techniques liées à l'audiovisuel

Dans le cas de notre corpus, il s'agit d'un discours audiovisuel, c'est-à-dire le texte s'insère dans les images, nous sommes donc soumis à la contrainte du temps, car le texte doit être synchronisé avec les images.

### Exemple 1 :

Enoncé cible	Enoncé source
<u>Lalla</u> Setti (Lalla : titre honorifique donné aux femmes importantes au Maghreb)	<u>لالا</u> ستي
<b>Timing</b> : 00 :06 :20	

## Chapitre second

Dans la traduction de cet exemple, nous avons fait recours à l'emprunt (voir p.16), en gardant le terme « لالا » tel quel dans le texte cible, il s'agit d'un titre honorifique donné aux femmes importantes au Maghreb. L'appellation « lala » rend « lala Setti » plus exotique, mais nous avons jugé indispensable de présenter une explication, car il s'agit d'un nom abstrait, auquel nous n'avons pas une représentation visuelle, on a donc fait recours à la théorie du skopos, qui tolère les ajouts et les explications, comme nous l'avons indiqué précédemment (voir p.14), cependant nous sommes soumises à la contrainte du temps, car c'est une expression logée entre deux répliques très proches, à cet effet, nous avons inséré une note explicative sous forme de sous-titre, afin d'être sûre de rendre sa charge sémantique et combler le besoin informatif.

### Exemple 2 :

Enoncé cible	Enoncé source
Un splendide tableau <u>peint par dame nature</u> d'un musée naturel <u>à vous couper le souffle</u> en marchant dedans	هي لوحة طبيعية بديعة من متحف طبيعي يخليك تحس بالذهول وأنت تمشي فيه
<b>Timing :</b> 00 :04 :11	

Dans ce passage, et contrairement au cas précédent, nous ne sommes pas soumises à la contrainte du temps, étant donné qu'il s'agit d'une réplique suivie par une pause, nous avons donc eu droit à des ajouts, ce qui rend l'énoncé plus frappant et plus séduisant selon la théorie du skopos (voir p.14), cela répond à la fonction persuasive du texte.

### Exemple 3 :

Enoncé cible	Enoncé source
La verdure <u>luxuriante</u>	الحشيش خضرة
<b>Timing :</b> 00 :07 :18	

Toujours dans la même perspective, nous avons ajouté l'adjectif « luxuriante » dans le but de rendre l'énoncé plus attirant et séduisant.

### Exemple 4 :

Enoncé cible	Enoncé source
Diverses civilisations s'y sont succédé, la civilisation romaine, carthaginoise, numide et ottomane	توالى عليها حضارات مختلفة كالحضارة الرومانية القرطاجية وكذلك النوميدية والعثمانية
<b>Timing :</b> 00 :02 :00	

Dans cet exemple, face à la contrainte du temps, nous avons jugé qu'une économie expressive était possible, nous avons opté pour la transposition, en tirant profit des subtilités de la langue française, en traduisant « عليها » par « y », cela assure une bonne concision textuelle.

### II.4.3. Eléments dialectaux

#### Exemple 1 :

Enoncé cible	Enoncé source
Je suis resté seule avec <u>soi-même</u>	أستخلويت مع راسي
<b>Timing :</b> 00 :07 :28	

Dans cet exemple, nous retrouvons l'expression « أستخلويت مع راسي », qui est composée du mot « أستخلويت » du dialecte algérien, qui vient du verbe « إختلى », qui signifie « être seul », et « مع راسي », qui signifie littéralement « avec ma tête », mais en Algérie, on a tendance à utiliser ce terme pour parler de « soi », qui renvoie à l'individu et c'est le cas dans cet extrait, c'est pourquoi, nous avons opté pour la modulation (voir p.16), en passant de la partie « tête » au tout « soi ».

### Exemple 2 :

Enoncé cible	Enoncé source
Rien que moi et mon bien aimé autour d'une <u>lanterne</u>	لمة لحبيب فالأنديل شحال تحلايـ
<b>Timing :</b> 00 :11 :08	

Dans cette expression, nous retrouvons le terme « الأنديل », qui nous a posé des difficultés avant de se renseigner auprès du journaliste « Khalil Benali », que nous avons sollicité afin de nous fournir des informations concernant le corpus, ce dernier nous a informées qu'à Tlemcen on prononce le « قَاف : ق » « \qɑ:f\ » par « أَلَيْفُ : أ » « \ɑl.ɪf\ », par conséquent, il s'agit de « القنديل », qui signifie « مصباح كالكوب في وسطه فتيل يملأ بالماء و الزيت و » « يشعل » selon « معجم المعاني », de ce fait, nous l'avons traduit par « lanterne », qui signifie la même chose en langue française.

### II.4.4. Autres exemples

#### Exemple 1 :

Enoncé cible	Enoncé source
<u>Il était une fois</u>	<u>كان يا مكان</u>
<b>Timing :</b> 00 :00 :35	

Dans ce cas précis, il existe un équivalent français qui convient parfaitement à l'expression arabe « كان يا مكان », utilisée pour introduire un conte, qui est « il était une fois », nous avons donc procédé par l'équivalence (voir p.17), car il s'agit de deux formules, qui expriment la même réalité.

### Exemple 2 :

Enoncé cible	Enoncé source
Celui qui le goûtera <u>ne pourra pas se contenter du peu</u>	اللي يتذوقو راح يطب المزيد
<b>Timing : 00 :02 :37</b>	

Cet extrait « اللي يتذوقو راح يطلب المزيد », nous l'avons traduit par « celui qui le goûtera ne pourra pas se contenter du peu », nous avons procédé par la modulation facultative), en passant du positif « راح يطلب المزيد » au négatif « ne pourra pas se contenter du peu », nous avons estimé que cela a renforcé son expressivité.

En guise de conclusion, à travers ce chapitre, nous nous sommes penchées sur un travail pratique de la traduction audiovisuelle par technique de *voix-off*, cela nous a permis de faire face aux contraintes de ce type de traduction et proposer des solutions en faisant appel à la théorie du skopos et aux procédés de Vinay et Darbelnet.

# **Conclusion**

## Conclusion

---

Ce mémoire avait pour ambition d'attirer l'attention sur l'enjeu de la traduction audiovisuelle dans le secteur touristique. Et d'en savoir plus sur ses conditions pratiques, de découvrir les difficultés auxquelles le traducteur audiovisuel peut se heurter et de voir de plus près les solutions envisageables. En s'interrogeant sur les stratégies que doit adopter un traducteur audiovisuel, afin de faire passer le message à un grand public.

Dans cette quête, et après avoir abordé, dans le premier chapitre, différentes notions théoriques en rapport avec la traduction audiovisuelle et le tourisme. Dans le deuxième chapitre, nous avons décidé de nous engager dans un travail pratique, en traduisant un documentaire touristique, intitulé « تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي » de l'arabe vers le français, que nous avons mis en application, en procédant à la technique de *voix-off*. En nous servant de la théorie du *skopos* et des procédés de Vinay et Darbelnet.

La première contrainte à laquelle nous nous sommes confrontées, est la présence d'éléments dialectaux, que nous avons choisi de restituer en français standard, et non pas par un dialecte du français. Traduire tout le dialectal par du dialectal, aurait conduit à une traduction compréhensible uniquement par une minorité. Or, dans le cas de notre corpus, la visée ou la finalité de la traduction est de rendre l'œuvre accessible à un grand public, le recours au français standard est donc le choix maintenu à l'échelle de toute l'œuvre. On a donc un effacement inévitable du bilinguisme présent dans le texte source.

Cependant, le corpus étant un documentaire touristique, le discours est riche en éléments culturels, que nous avons choisi de maintenir au maximum, en procédant à l'emprunt dans la plupart des cas, car nous avons une représentation visuelle qui accompagne le discours. Nous voulions garder une certaine couleur locale, dans le but de faire promouvoir le patrimoine algérien, au-delà des frontières nationales, car il s'agit avant tout d'une finalité promotionnelle.

Nous avons donc opté pour un style simple, des phrases qui conviennent au style des énoncés oraux exprimés en dialecte. Nous avons essayé, autant que possible, de respecter la culture source en même temps, jouer des nuances qu'offrent la langue et culture cible.

La mise en application de la technique de *voix-off*, nous a montré que sa contrainte la plus importante est la contrainte de temps. Le traducteur doit faire preuve de concision et de clarté, notamment lorsque les répliques sont très proches, afin d'assurer la synchronisation entre le verbal et le visuel.

## Conclusion

---

À présent, arrivées au terme de notre travail, qui pourrait être notre premier petit pas vers le vaste et compliqué monde de la traduction audiovisuelle, nous pouvons affirmer l'importance d'avoir recours à la traduction audiovisuelle pour les œuvres touristiques pour atteindre une cible plus large. Cette étude pratique nous a permis de déduire ce qui suit :

- La pratique de la traduction audiovisuelle ne s'improvise pas, et une recette applicable à tout type de traduction n'existe pas. Le traducteur audiovisuel entre la complexité tissée entre images, sons, paroles, et entre éléments linguistiques et culturels, se trouve face à des choix multiples. Par conséquent, il devra être impartial dans ses choix et prendre en compte divers paramètres.
- Le traducteur audiovisuel dans l'exercice de la traduction destinée à la voix-off, doit trouver le juste équilibre entre le sens et la synchronisation entre le verbal et le visuel. Ainsi, il doit disposer des supports matériels fiables, afin d'assurer un travail de bonne qualité.
- Dans ce genre de texte, il est important d'avoir recours aux différents procédés de la stylistique comparée, puisqu'ils permettent au traducteur de combler des contraintes linguistiques et culturelles.
- La théorie du *skopos*, nous a permis de définir le *skopos* « la finalité » du texte à traduire. En outre, elle nous a permis de procéder à quelques ajouts qui servent la finalité promotionnelle du texte.
- Il est important de connaître la culture et le mode de vie du pays de l'œuvre, et de comprendre ses expressions régionales, pour mieux les transporter dans la culture cible.

En somme, ce travail a été fondamental, car il nous a permis de comprendre que pour une bonne traduction d'un texte touristique audiovisuel, plusieurs facteurs s'imposent : l'analyse du texte, les connaissances linguistiques, mais surtout une excellente connaissance culturelle. Le recours aux théories de traduction, et de répondre aux exigences spécifiques de ce domaine, la relation entre images, sons, et paroles. Afin de réussir à transmettre le message promotionnel et provoquer les mêmes effets que la version originale.

## Conclusion

---

En effet, nous jugeons utile de suggérer quelques recommandations qui peuvent aider et orienter les futurs étudiants chercheurs :

- Il est capital de donner une grande importance à ce nouveau genre, devant lequel beaucoup de questions restent à poser, vu ses enjeux économiques, financiers et culturels considérables.
- Il est tout aussi important de relever le défi et passer à l'application concrète de la traduction audiovisuelle, notamment avec les avancées technologiques et l'avènement des logiciels numériques spécialisés dans la traduction audiovisuelle.

Il est à noter que faute de moyens et du temps, nous n'avons pas pu utiliser un logiciel professionnel pour la transcription, nous nous sommes contentées d'une transcription manuelle, ainsi nous n'avons pas eu assez de temps pour mettre la vidéo sur la plateforme *Youtube*, pour voir le retour des spectateurs étrangers et de comparer l'audience de la version originale et la version traduite, après quelques mois de diffusion.

Enfin, nous sommes loin d'avoir percé tous les secrets de la traduction audiovisuelle dans le secteur touristique, cette étude pourrait ouvrir les voies à d'autres perspectives et d'autres recherches pour les futurs étudiants intéressés par la traduction audiovisuelle tel que l'étude du dialecte, ainsi que la dimension culturelle, ou encore aller au-delà de ces œuvres promotionnelles, pour toucher à l'enjeu de la traduction des feuilletons et des films dans la promotion touristique.

# **Bibliographie**

### I. Le corpus

Dameche, Kenza, " تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي ", Algérie : Chams Tv, 2019, 12min 5s.

Lien : [https://www.youtube.com/watch?v=hY1vxZX0CeA&ab\\_channel=chamstv](https://www.youtube.com/watch?v=hY1vxZX0CeA&ab_channel=chamstv)

### II. Dictionnaires

– القاموس عربي - فرنسي، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2004.

– معجم المعاني : <https://www.almaany.com/>

– Larousse, 2005.

– Le grand dictionnaire terminologique : <http://www.granddictionnaire.com/>

### III. Ouvrages

– ADAM, Jean-Michel, Bonhomme, Marc (2012), *L'argumentation publicitaire : rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Colin.

– ECO, Umberto (2007), *Dire presque la même chose*, Paris, Grasset.

– FROCHOT, Isabelle, LEGOHEREL, Patrick (2014), *Marketing du Tourisme. 3ème édition*, Paris, Dunod.

– FRUSTIER, Pierre (2009), *la communication touristique des territoires*, Paris, Territorial Editions.

– GUIDERE, Mathieu (2016), *Introduction à la traductologie : Penser la traduction : hier, aujourd'hui, demain*, Bruxelles, De Boeck.

– LAVAUUR, Jean-Marc, SERBAN, Adriana (2008), *La traduction audiovisuelle : Approche interdisciplinaire du sous-titrage*, Bruxelles, De Boeck.

– MOUNIN, Georges (1963), *Les problèmes théoriques de la traduction*, Paris, Gallimard.

– PIERRE, jean, GIOTART, Lozato, BALFET, Michel, LEROUX, Eric (2007), *Management du tourisme : Territoires, offres et stratégies*, Paris, Pearson.

### IV. Articles

- Association des traducteurs adaptateurs de l’audiovisuel (2014), *Glossaire de la traduction audiovisuelle*, N° 2.
- Association des traducteurs adaptateurs de l’audiovisuel (2010), *Faire adapter une œuvre Audiovisuelle*.
- BLANCHE-BENVENISTE, Claire (2000), *Transcription de l’oral et morphologie*, 61-74.
- BOILLAT, Alain, CORDONIER, Laure (2013), *La traduction audiovisuelle : contraintes (et) pratiques - Entretien avec Isabelle Audinot et Sylvestre Meininger*, *Décadrages*, 9-27.
- BELMEDJAHED, Nouara Nawel (2018), *Tourisme en Algérie : évolution ou ralentissement ? –étude statistique de la période (2014-2017)*, Université Abd El Hamid Ibn Badis Mostaganem.
- DUFUET, Jean Paul (2007), *Problèmes interculturels de la traduction des guides touristiques (français-italien)*, Milano.
- GAMBIER, Yves (2004), *La traduction audiovisuelle : un genre en expansion*, *Meta : journal des traducteurs*, volume 49, N°1, 1-11.
- IKOMB, Albain Michel (2012), *Petite note sur le film documentaire*, Collège au cinéma.
- MOGORRÓN HUERTA, Pedro (2011), *Problèmes d’équivalence et perte d’information en traduction audiovisuelle*, *Synergies Tunisie*, N° 3, 9-23.
- MOUSSAOUI, Yamina Leila (2014), *L’influence culturelle sur la traduction de la poésie populaire : traduire une langue ou un dialecte ?*
- MENVIELLE, William (2004), *La communication marketing intégrée auprès des entreprises de services : une étude de cas exploratoire dans l’hôtellerie*, N°1, 24-31.
- ODEH, Akram (2007), *Terminologie du discours touristique, sources, formation et traduction*.
- PANZANI, Jean-Pierre (2013), *E-dossier de l’audiovisuel : le documentaire, un genre multiforme*, *INA expert*, 53-60.
- Thoiron, Philippe, Béjoint, Henri (2010). *La terminologie, une question de termes ?* *Meta*, volume 55, N°1, 105–118.

### V. Thèses et mémoires

- BELBACHA, Mohamed Lamine (2011), *La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable : Cas de Constantine*, mémoire de de Magistère, architecture et urbanisme, Université Mentouri de Constantine.
- SURZUR, Marie-Clémence (2009), *La communication touristique durable*, mémoire de Master, Tourisme et développement, Université de Toulouse II.

### VI. Sitographie

- <https://www.shihabpresse.com>
- <https://interlanguage.it/fr/service/doublage-et-voix-off>
- [http://www.eturisme.info/emissions\\_tv/](http://www.eturisme.info/emissions_tv/)
- <https://www.folkculturebh.org/ar/?issue=16&page=showarticle&id=300>

# **ANNEXES**

## Transcription du texte original

ألف مدينة و مدينة: Titre de la série documentaire

تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي : Titre de l'épisode

كان يا مكان، في قديم الزمان، وعلى لؤلؤة المغرب نحاجيو اليوم، نحكيو على مدينة، لي ماضيها عريق بمعالمها الأندلسية الأصيلة ومظاهرها الإسلامية شاهدة على ذلك.

هي مدينة تلمسان، الواقعة في المنطقة الشمالية الغربية للجزائر، هي مدينة الفن والتاريخ، وذلك لكثرة المباني الفنية الرائعة الموجودة فيها، اللي تظهر ماضيها الفكري والثقافي.

توالت عليها حضارات مختلفة، كالحضارة الرومانية والقرطاجية وكذلك النوميديّة والعثمانية، لكن الحضارة الإسلامية هي اللي برزت في هاذ المدينة، حتى خذات لقب عاصمة الثقافة الإسلامية.

السياحة في تلمسان لها طعم فريد، لي يتذوقو راح يطب المزيد من شواطئ ساحرة، آثار ومتاحف طبيعية حية، تلامس فيها كل حقبة من الحقبات الزمانية اللي تعاقبت عليه، طبيعية خلابة، منزهات رائعة تنترك في ذاتك شعور مافيش منو.

نبدو لحكاية من مغارة بني عاد، هي ثاني أكبر مغارة فالعالم، يصل عمقها الى 57 متر تحت سطح الأرض وتمتد ل 700 متر طول، بدرجة حرارة ثابتة طوال السنة واللي تقدر 13 درجة، هي لوحة طبيعية بديعة، من متحف طبيعي يخليك تحس بالذهول وأنت تمشي فيه.

نروحو الأن لهضبة لالا ستي، اللي تتميز بمناظرها الخلابة وجوها الهادي، هي واحدة من أهم المعالم بتلمسان الجوهرية يعود تسمية هذه الهضبة إلى إحدى نساء المدينة الصالحات، اللي وضعو ضريحها فيها تكريما للخدمات الجليلة اللي كانت تقدمها لسكان المدينة واللي هي لالا ستي الأسطورة، هي تعلي مدينة تلمسان تطل عليها كأنها الحارس الأمين.

من أهم المعالم السياحية بتلمسان كذلك شلالات أوريد واللي يعتبر من أعلى الشلالات الموجودة بالجزائر، تبعد عن وسط لمدينة بحوالي سبعة كيلومتر، رفعت راسي، فاندھشت لشدة علاه، واللي زادني استمتاعا بالمنظر، هي الشجر والحشيش خضرة اللي تحيط بيها، استخلويت مع راسي وتأملت الطبيعة، حتى لقيت روعي في شلالات أوريد.

بعد ما شفنا هاد الأماكن السياحية في تلمسان، نروحو نتمشوا إلى الموسيقى التلمسانية، اللي تتمثل في الموسيقى الأندلسية ومن بين فنانيها ريم حقيقي، بلا ما ننساو الشيخ الغفور.

من الموسيقى الى فن الطبخ التلمساني، وين نلقاو في مايدتهم من حريرة وبسطيلة.

وفي أفراحهم عروستهم لابسة الشدة لترمز للعفة والفخامة، تتألف من مجموعة واسعة من مستلزمات اللباس والحلي، واللي قيمتو الفنية والجمالية والتاريخية صنفو منظمة اليونيسكو ضمن التراث الإنساني المشترك.

فمرحبا بكم في تلمسان، ألف مرحبا، كل مرحبا مثنية في ثنين، لمة لحبيب فالأنديل شحال تحلالي، والعشق فالدار عشق رباني، والعشق فالدالية حتى بلاد لغصان، والعشق فتلمسان ما ينحيه لا باي ولا سلطان.

## Mise en parallèle : première traduction/voix-off

Traduction du titre de la série documentaire : Mille et une ville.

Traduction du titre de l'épisode : Tlemcen la perle du grand Maghreb.

### Première traduction

Il était une fois, dans un temps lointain. Aujourd'hui, nous devinons la perle du grand Maghreb. Nous racontons une ville dont l'histoire est antique, par ses monuments andalous authentiques, ses aspects musulmans en témoignent.

C'est la ville de Tlemcen, qui se situe au nord-ouest d'Algérie, c'est une ville d'art et d'histoire, elle dispose de nombreuses constructions artistiques fabuleuses, qui reflètent son passé idéologique et culturel.

Diverses civilisations se sont succédé sur cette ville, tel que la civilisation romaine, carthaginoise, ainsi que numide et ottomane. Cependant, c'est la civilisation islamique qui a émergé, c'est pour cela qu'elle a été élue comme capital de la culture islamique.

### Voix-off

- 00 :00 :35

Il était une fois, dans un temps lointain

- 00 : 00 :38

C'est la perle du Maghreb, que nous devinons aujourd'hui.

- 00 :00 :42

Nous racontons une ville, dont l'histoire est antique, par ses monuments andalous authentiques, ses aspects musulmans en témoignent.

- 00 :01 :23

C'est la ville de Tlemcen.

- 00 :01 :25

Située au nord-ouest d'Algérie, une ville d'art et d'histoire, disposant de nombreuses constructions artistiques fabuleuses, qui reflètent son passé idéologique et culturel.

- 00 :02 :00

Diverses civilisations s'y sont succédé, la civilisation romaine, carthaginoise, numide et ottomane.

- 00 :02 :09

Néanmoins, sur cette ville, c'est la civilisation islamique qui a émergé, c'est pourquoi a été élue capitale de la culture islamique.

Le tourisme à Tlemcen est d'un goût unique, celui qui le goûtera, ne pourra pas se contenter du peu. Des plages séduisantes, des ruines et des musées naturels vivants, qui touchent à toutes les époques qui se sont succédé sur cette ville. Une nature fascinante, des parcs merveilleux, qui laissent en soi un sentiment exceptionnel.

Nous commençons l'histoire par la grotte des Ain Beni Add, c'est la deuxième plus grande grotte dans le monde. Elle est d'une profondeur de 57 mètres et qui s'étend à 700 mètres de longueur, une température constante tout au long de l'année, estimée à 12 degrés. C'est un splendide tableau d'un musée naturel, qui vous impressionnera en marchant dedans.

▪ 00 :02 :37

À Tlemcen, le tourisme est d'un goût unique, celui qui le goûtera, ne pourra pas se contenter du peu.

▪ 00 :02 :44

Des plages séduisantes, des ruines et des musées naturels vivants.

▪ 00 :02 :50

Qui touchent à toutes les époques qui se sont succédé dessus.

▪ 00 :02 :56

Une nature fascinante, des parcs merveilleux, qui provoquent en soi un sentiment exceptionnel.

▪ 00 :03 :54

Nous commençons l'histoire par la grotte des Ain Beni Add, la deuxième plus grande grotte dans le monde, d'une profondeur de 57 mètres souterrain et qui s'étend à 700 mètres de longueur, une température de 13 degrés, constante tout au long de l'année.

▪ 00 :04 :11

Un splendide tableau peint par dame nature, d'un musée naturel à vous couper le souffle en marchant dedans.

Maintenant nous nous dirigeons vers le plateau de Lalla Setti, considéré comme l'un des plus importants monuments à Tlemcen le joyau. Il se caractérise par de superbes paysages et d'une atmosphère de calme. Ce plateau, porte le nom de l'une des saintes de la ville, et dont se trouve son tombeau, qui a été placé pour honorer ses vénérables services qu'elle fournissait aux habitants de la ville. C'est la légende Lalla Setti, qui surplombe la ville de Tlemcen, qu'elle domine comme un gardien fiable.

L'un des sites touristiques les plus importants également à Tlemcen, les cascades d'El Ourit. Considérées comme l'une des plus hautes cascades en Algérie, elles se situent à environ 7 km de la ville. En levant la tête, j'étais surprise par sa hauteur, ainsi, les arbres et la verdure qui l'entourent ont intensifié ma jouissance. Je suis resté seule avec soi-même à scruter la nature pour me retrouver dans les cascades d'El Ourit.

- 00 :05 :57

À présent, nous nous dirigeons au plateau de Lalla Setti, caractérisé par des paysages fascinants et d'une atmosphère paisible.

- 00 :06 :04

Un des plus importants monuments à Tlemcen le joyau.

- 00 :06 :08

Ce plateau, porte le nom de l'une des saintes de la ville, et dont se trouve son tombeau, qui a été placé pour honorer ses vénérables services qu'elle fournissait aux habitants de la ville.

- 00 :06 :20

C'est la légende Lalla Setti (sous-titre : Lalla : titre honorifique donnée aux femmes importantes au Maghreb) elle surplombe la ville de Tlemcen, qu'elle domine tel un gardien fiable.

- 00 :07 :05

Les cascades d'El Ourit, l'un des plus importants sites touristiques également à Tlemcen.

- 00 :07 :10

À 7 km de la ville, considérées comme l'une des plus hautes cascades en Algérie.

- 00 :07 :18

En levant la tête, j'étais ébahi par sa hauteur, ce qui a accru ma jouissance, c'est les arbres, et la verdure luxuriante qui l'entoure.

- 00 :07 :28

Je suis resté seule avec soi-même, à scruter la nature, pour me retrouver dans les cascades d'El Ourit.

Après avoir vu ces endroits touristiques à Tlemcen, nous nous dirigeons à la musique Tlemcenienne, il s'agit de la musique andalouse, parmi ses plus célèbres artistes Rym Hakiki. Sans oublier Cheikh Lghafour.

Allant de la musique a l'art culinaire tlemcénien, parmi leurs spécialités, on trouve la hrira et la pastilla.

Dans leurs fêtes, la mariée porte la tenue traditionnelle chedda, qui représente la pudeur et le luxe. Elle se compose d'une large gamme d'accessoires et de bijoux, classée par l'UNESCO au patrimoine commun de l'humanité, pour sa valeur artistique, esthétique et historique.

Soyez les bienvenus à Tlemcen, une chaleureuse bienvenue. Rien que moi et mon bien-aimé autour d'une lanterne. L'amour chez nous est ancré l'amour fort s'est ramifié, l'amour à Tlemcen, ni le bey ni le sultan ne peuvent l'enlever.

▪ 00 :07 :43

Après avoir vu ces endroits touristiques à Tlemcen, direction a la musique Tlemcenienne, il s'agit de la musique andalouse, parmi ses artistes Rym Hakiki.

▪ 00 :08 :07

N'oublions pas, Cheikh Lghafour.

▪ 00 :08 :35

De la musique a l'art culinaire tlemcénien, parmi leurs spécialités, on compte la hrira et la pastilla.

▪ 00 :08 :48

Durant leurs fêtes, la mariée est habillée d'chedda, qui symbolise la pudeur et le luxe.

▪ 00 :09 :30

Elle se compose d'une large gamme d'accessoires et de bijoux, inscrit au patrimoine commun de l'humanité de l'UNESCO pour sa valeur artistique, esthétique et historique.

▪ 00 :11 :08

Soyez les bienvenus à Tlemcen, une chaleureuse bienvenue.

Rien que moi et mon bien-aimé autour d'une lanterne.

L'amour chez nous est ancré. L'amour fort s'est ramifié.

L'amour à Tlemcen, ni le bey ni le sultan ne peuvent l'enlever.

**CD**

- **Version originale du documentaire : تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي**
- **Version traduite du documentaire : Tlemcen la perle du grand Maghreb.**



## Résumé en langue française

Le présent mémoire qui s'intitule « **La traduction audiovisuelle au service de la promotion touristique, défis et contraintes. Cas : voix-off d'un documentaire touristique intitulé : تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي** », a pour but d'attirer l'attention sur l'enjeu de la traduction audiovisuelle, dans la promotion des destinations touristiques. Et d'en savoir plus sur ses conditions pratiques, de découvrir ses contraintes, et de voir surtout la manière de les contourner. En s'interrogeant sur les stratégies que doit adopter un traducteur audiovisuel, afin de faire passer le message à un grand public. Pour cela, nous avons orienté notre étude vers un travail pratique, en traduisant un documentaire touristique intitulé « **تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي** », que nous avons mis en application sous forme de *voix-off*. En nous servant de la stylistique comparée et de la théorie du *skopos*, cette étude pratique nous a montré, que dans ce type de traduction, le traducteur est soumis à des contraintes de temps, d'image, du dialecte et de la culture. Le traducteur audiovisuel doit donc avoir une bonne connaissance linguistique et culturelle, avoir recours aux théories de traduction, et de répondre aux exigences spécifiques de ce domaine la relation entre sons, images et paroles. Pour réussir à transmettre le message promotionnel et provoquer les mêmes effets que la version originale.

- **Mots-clés** : traduction, audiovisuelle, promotion, tourisme, voix-off.

## Résumé en langue arabe

الهدف من هذه الدراسة المعنونة "الترجمة السمعية البصرية في خدمة الترويج السياحي، التحديات والصعوبات. تعليق حر لوثائقي تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي نموذجاً" هو لفت الإنتباه إلى أهمية الترجمة السمعية البصرية في الترويج السياحي، وكذلك تحديد الصعوبات التي تواجه المترجم أثناء قيامه بهذه العملية وكيفية تجاوزها. فتمحورت إشكالية الدراسة حول الاستراتيجيات الواجب على المترجم إعتماؤها، بغرض الإجابة على الإشكالية، إتجهنا لعمل تطبيقي متمثل في ترجمة العينة "تلمسان يا لؤلؤة المغرب العربي" بتقنية التعليق الحر، بالإعتماد على النظرية الغائية وكذلك تقنيات الترجمة لفيناوي وداربنلي. فإستنتجنا من هذا العمل التطبيقي، أن المترجم في السمعي البصري، يخضع أثناء العملية الترجمية لعدة صعوبات، أهمها قصر الوقت والصور واللهجة والبعد الثقافي. لذلك يجب أن يتمتع المترجم السمعي البصري بمعرفة لغوية وثقافية جيدة، اللجوء لنظريات الترجمة والأخذ بعين الإعتبار المتطلبات الخاصة بهذا المجال أي العلاقة بين الصوت والصورة والكلمة.

- **الكلمات المفتاحية**: الترجمة، السمعي البصري، الترويج، السياحة، التعليق الحر.

