

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

الجامعة الجزائرية للدراسات والبحوث
الجزائرية للدراسات والبحوث
الجزائرية للدراسات والبحوث

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERY DE TIZI-OUZOU
FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES
DEPARTEMENT TRADUCTION



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 : LETTRES ET LANGUES ETRANGERES
FILIERE : TRADUCTION
SPECIALITE : ARABE/ FRANÇAIS /ARABE

Titre

**Stratégies de traduction des expressions idiomatiques
Liées à la culture, dans les écrits du développement
personnelle, Cas de
« L'alchimiste de Paulo Coelho »**

Présenté par :
MOUALEK Hamza

Encadré par :
M^{me} TALEB Kahina

Jury de soutenance :

Président : Mme AKZOUH Salima MAA UMMTO
Encadreur : Mme TALEB Kahina MAA UMMTO
Examineur : Mme OUAZINE Fatiha MAB UMMTO

Promotion : 2020/2021

Laboratoire de domiciliation du master:

Dédicace

*Je dédie ce travail à mes parents. Que le Seigneur leur assure
santé et longue vie. À tous mes proches, mes amis et à tous
ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que cette étude
soit réalisée.*

Remerciement

Je tiens à exprimer toute ma reconnaissance à mon encadreur Mme Taleb Kahina. Je la remercie de m'avoir encadré, orienté, aidé et conseillé, je remercie aussi les membres du jury pour leurs présence, pour leur lecture attentive de mon étude aussi que pour les remarques qu'ils m'adresseront l'hors de cette soutenance à fin d'améliorer mon travail.

Je remercie également le département de Traduction de l'université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou pour avoir permis cette formation et de nous avoir aidé pédagogiquement et logistiquement.

À tous ceux qui ont participé de près ou de loin à la réussite de ce travail, je présentemes remerciements, mon respect et ma gratitude.

Table des matières

Dédicace	i
Remerciement	ii
Liste des figures	v
Liste des abréviations :	vi
Introduction générale	1
Chapitre I : Expressions idiomatiques	6
Introduction	7
I.1. Arabe et français : aperçu linguistique	7
I.2. Arabe et français : aperçu culturel	8
I.3. Statut de la traduction en Algérie	9
I.4. Expression idiomatique et langage	10
I.5. Définition du concept d'expression idiomatique	11
I.6. Types d'expressions idiomes	12
I.6.1. Idiomes de codage (identifiables)	12
I.6.2. Idiomes de décodage (non identifiables)	12
I.6.3. Idiomes et charge culturelle	12
I.7. Interprétation des expressions idiomatiques	13
I.8. Utilisation des expressions idiomatiques	13
I.9. Les expressions idiomatiques et les expressions figées	14
I.9.1. Définition des proverbes	14
I.9.2. Les expressions idiomatiques et les clichés	15
I.9.3. Les expressions idiomatiques et les métaphores	15
Conclusion	16
Chapitre II : Le développement personnels	17
Introduction	18
II.1. Les livre de développement personnel	18
II.2. La théorie de genre	20
II.3. Les genres	21
II.4. Structure Rhétorique	23
II.5. La Théorie De La Réception	24
II.5.1. Persuasion	25

II.5.2. La Crédibilité.....	27
II.5.3. L'Engagement.....	28
Conclusion	29
Chapitre III : Analyse du corpus.....	30
Introduction.....	31
III.1. Biographie de l'auteur	31
III.2. Ses œuvres	32
III.3. Réception critique	33
III.4. Présentation de l'œuvre	33
III.5. Résumé de l'œuvre	36
III.6. Présentation de traducteur	37
Chapitre IV : Étude pratique	
Introduction.....	39
IV.1. Méthodes d'enquêtes de terrain.....	39
IV.2. Choix de l'outils de recherche.....	40
IV.3. Le questionnaire.....	41
IV.4. Présentation du questionnaire	41
IV.5. Nature du terrain de l'étude :	42
IV.6. Présentation de l'échantillon.....	43
IV.7. Passation du questionnaire.....	43
IV.7.1. Récupération du questionnaire.....	44
IV.8. Démarche de l'analyse du questionnaire	44
IV.9. Analyse des questions relatives aux formations sur les enquêtés	45
IV.9.6. Analyse des données du premier tableau.....	50
IV.9.7. Analyse des données du deuxième tableau	54
Conclusion	57
Conclusion Générale.....	58
Annexe.....	59
Bibliographie	VIII

Liste des figures

Figure 1 Sexe des participants	45
Figure 2 L'âge des participants	46
Figure 3 Lieu de naissance des participants	46
Figure 4 Métier des pères des participants	48
Figure 5 Métier des mères des participants	48
Figure 6 Maîtrise du français des participants	49
Figure 7 Expressions sociales	50
Figure 8 Expressions de textes religieux	51
Figure 9 Expressions religieuses	52
Figure 10 Expressions historiques	53
Figure 11 Préférence de traduction selon chaque participant	54
Figure 12 Moyenne des préférences de traduction	55

Liste des abréviations :

C : cible

LC : langue cible

LS : langue source

S : source

SR : structure rhétorique

TC : texte cible

TD : travaux dirigés

TS : texte source

Introduction générale

Les lecteurs arabophones s'ouvrent de plus en plus aux cultures étrangères. Ils sont devenus plus intéressés par la lecture de livres traduits dans le contexte du développement personnel et professionnel. Ce type d'écriture est chargé d'expressions idiomatiques et d'expressions liées à la culture qui doivent être soigneusement traduites en arabe.

L'application de différentes stratégies de traduction est l'un des outils que les traducteurs utilisent pour surmonter les problèmes de traduction. Les idiomes et les expressions culturellement liées font partie des problèmes de traduction les plus importants, en particulier lorsque la traduction a lieu entre deux langues distinctes comme le français et l'arabe qui divergent à la fois linguistiquement et culturellement. Cette recherche vise à étudier quelles stratégies de traduction sont les plus acceptables du point de vue des lecteurs arabes, lors de la traduction d'idiomes et d'expressions liées à la culture dans le sous-genre de la littérature sur le développement professionnel et personnel.

Le choix de ce thème est motivé par le besoin immédiat de traduction de texte de développement personnel vers l'arabe. En effet, la qualité de la traduction relève du choix de technique de traduction ce qui suscite l'adhésion du lecteur arabophone. D'un point de vue personnel, notre intérêt pour le développement personnel et le partage de cette passion vers les lecteurs arabophones. Parce qu'il est important que ce type d'écriture garde son essence et ses idées de départ après la traduction.

Cela nous amène à poser la problématique suivante :

Comment adapter les stratégies de traduction des expressions idiomatiques liées à la culture dans les écrits du développement personnel pour qu'elles soient fidèles et acceptées naturellement par les lecteurs arabophones ?

L'hypothèse principale de cette étude est que les stratégies de traduction les plus acceptables pour traduire des idiomes et des expressions culturellement liées du français vers l'arabe dans le sous-genre de développement professionnel et personnel sont les stratégies pro-LC, qui sont la paraphrase, la suppression et l'utilisation d'équivalents arabes. Deux sous-hypothèses découlent de la principale :

Les lecteurs arabophones préfèreraient les stratégies de traduction domestiquées. Cette stratégie consiste à utiliser une expression présente en arabe

Les stratégies de traduction domestiquées seraient les plus acceptables pour les lecteurs arabes. De plus, les lecteurs arabes se soucient davantage du message de base et apprécient les idiomes traduits et les expressions culturelles utilisant des équivalents arabes qui ne choquent pas le lecteur.

1. Paraphraser et traduire à l'aide d'équivalents LC seraient des stratégies acceptables pour traduire des idiomes car les deux langues impliquées sont parlées par des cultures éloignées et la traduction dans ce sous-genre particulier est communicative, de sorte que le message du TS peut être transmis en utilisant de telles stratégies.

2. La suppression et la paraphrase seraient des stratégies acceptables pour traduire des expressions liées à la culture en raison de la distance culturelle entre les deux langues concernées.

Pour la méthodologie, une représentation schématique pour la recherche-action est suivie pour inclure plusieurs étapes commençant par la définition du problème et la collecte de données à partir de l'œuvre de L'Alchimiste de Paulo Coelho du genre de la recherche. Ensuite, les sujets de la recherche sont caractérisés pour précéder à la méthode pratique qui est suivie. Des méthodes qualitatives et quantitatives sont retenues pour que la recherche puisse atteindre ses objectifs, parmi lesquels est de développer l'outil de mesure de la recherche, le questionnaire. Les résultats des deux étapes seront analysés, couvrant toutes les stratégies de traduction qui ont été testées.

Expressions idiomatiques

Les figures de style et les expressions à plusieurs mots sont parmi les défis majeurs que rencontre le traducteur. Traduire des idiomes est difficile, car les idiomes sont des morceaux de mots gelés dont le sens global diffère du sens des mots impliqués. Pour faire face aux difficultés ci-dessus, le traducteur peut :

1) traduire un idiomme avec une équivalence identique en LC au (par exemple, un voyage de mille lieues commence toujours par un premier pas ; en arabe (رحلة الالف ميل تبدأ بخطوة)

2-Traduire l'idiome avec un idiome non identique en LC qui transmet le même sens (par exemple tourner autour du pot ; en arabe : (ضرب أخماس بأسداس))

3-Paraphraser l'idiome, ce qui risque de faire perdre l'impact stylistique de l'idiome

4-Fournir une traduction littérale, qui risque de faire perdre l'impact sémantique.

5- Supprimer l'idiome qui risque de faire perdre à la fois l'impact stylistique et sémantique. Le choix d'une stratégie particulière dépendra de la proximité entre les deux langues, de l'expérience du traducteur, de l'adéquation des dictionnaires et de la nature de l'idiome en question.

Les expressions culturelles, d'autre part, sont un problème saillant de traduction, en particulier lors de la traduction entre deux langues distinctes parlées par deux nations éloignées. Pour traduire les expressions liées à la culture, les traducteurs peuvent utiliser six stratégies différentes selon le type d'expression liée à la culture elle-même. Lors de la traduction d'expressions liées à la culture, le traducteur peut d'abord fournir les équivalents littéraux uniquement sans ajouter d'informations supplémentaires.

En tant que TC, il est possible de rentrer chez soi - si son foyer tient une relation précieuse. Cette stratégie peut être utilisée lorsque le traducteur sait que le lecteur du TC sera familier avec le contexte culturel reflété dans le TS. Deuxièmement, le traducteur peut littéralement traduire et fournir des informations supplémentaires. L'un acte de communication interculturelle, n'est parfois pas respecté, et il est certain que le lecteur dans la langue cible ne comprend pas le message exprimé dans le texte source.

Troisièmement, paraphraser l'expression est une autre stratégie. Quatrièmement, traduire en utilisant l'équivalent LC quand disponible est une autre stratégie. Cinquièmement, le traducteur peut emprunter l'expression au LC. Pour soutenir cette stratégie, les concepts philosophiques peuvent ne pas être traduisibles à l'aide du code de base du LC et que certains éléments lexicaux peuvent devoir être transposés dans le TS en tant que emprunts, d'autres peuvent être soumis à une certaine forme de traduction en recourant à des traductions de prêt, — calques ou néologismes,

Enfin, le traducteur peut supprimer l'expression ; c'est ce que la plupart des traducteurs choisissent lorsqu'ils sont confrontés à des concepts considérés comme tabous pour la culture cible. Les concepts sexuels et les notions purement chrétiennes, par exemple, font partie de ces concepts pour la culture algérienne.

Dans certains cas, une combinaison de plus d'une stratégie est nécessaire pour transmettre le sens car, dans de nombreux cas, l'environnement social qui sous-tend la LS nécessitera une adaptation, une explication ou une paraphrase plutôt qu'à proprement parler une traduction

Le dilemme entre produire des textes étrangers et éviter complètement toute caractéristique étrangère dans le TS peut être résolu en examinant la notion d'acceptabilité par rapport à l'adéquation du sens. D'une part, produire une traduction adéquate implique un certain écart par rapport aux normes cibles et le respect des normes cibles pour atteindre l'acceptabilité qui entreprend des « changements par rapport au texte source ». D'autre part, des changements obligatoires dans le domaine de la traduction se produisent universellement, car le processus de traduction implique deux langues et deux cultures. La manipulation du travail non obligatoire peut aider le traducteur à produire un TS acceptable qui communique principalement le message voulu du TS tout en respectant les normes LC.

Le corpus de cette étude sera le roman de Coelho-Paulo « L'alchimiste » dans sa version française et arabe. Des extraits des deux livres seront analysés pour déterminer les stratégies de traduction des expressions idiomatiques liées à la culture dans les écrits du développement personnel de cet auteur. En plus un questionnaire sera destiné aux étudiants de première année de licence d'arabe pour analyser les retombées de la qualité de la traduction sur le plaisir du lecteur arabophone.

Les difficultés rencontrées lors de cette étude sont entre autres le fait que ce travail se base sur l'adaptabilité de textes pour les lecteurs qui prennent beaucoup de temps à lire. Lors d'une passation d'un questionnaire, outil de prédilection pour cette étude, il faut se résigner à analyser de la préférence sur des phrases des textes plutôt que sur des textes complets.

L'étude commencera par un bref examen des caractéristiques linguistiques et culturelles du français et de l'arabe, en plus d'un aperçu concis du statut de la traduction en Algérie, la culture cible. La revue de la littérature et de l'état de l'art explorera ce qui rend les idiomes et les

expressions culturelles problématiques en traduction et quels types de stratégies utilisées pour surmonter ces problèmes. Ensuite elle présentera également différentes classifications des stratégies de traduction qui seront utilisées dans l'étude, ainsi qu'un résumé succinct du genre de cette étude. Enfin, Avant de commencer la méthodologie de la recherche, une brève présentation sur les méthodologies couramment utilisées pour étudier les problèmes de traduction est fournie, suivie d'un chapitre analysant les hypothèses à la lumière des résultats de l'étude.

Chapitre I :

Expressions idiomatiques

Introduction

Les idiomes et les expressions culturelles seront présentés et discutés en tant que problèmes de traduction afin de comprendre comment ils provoquent des difficultés lors de la traduction ; par la suite, une revue des stratégies utilisées pour les traduire sera présentée. Les expressions idiomatiques seraient traitées comme des figures de style, qui sont définies dans le Robert comme : « Une expression telle qu'une comparaison, dans laquelle les mots n'ont pas leur sens littéral », mais sont classés comme des expressions à plusieurs mots qui agissent dans le texte comme des unités. Un idiome est une séquence de mots qui, en tant que groupe, a un sens différent de celui qu'il aurait si on comprend chaque mot séparément. En conséquence, les idiomes ne devraient pas être divisés en leurs éléments parce qu'elles sont parfois qualifiées d'expressions figées ». (Chantereau & Rey, 2006)

I.1. Arabe et français : aperçu linguistique

Les langues arabe et français sont différentes l'une de l'autre, à la fois linguistiquement et culturellement. Linguistiquement, l'arabe est une langue sémitique qui repose sur des verbes composés de trois consonnes, « la racine tri-consonantique » (Vinay & Darbelnet, 1958), comme racine de base à partir de laquelle tout autre vocabulaire peut être dérivé. L'arabe est également une langue très fléchie qui dépend des flexions pour déterminer le cas, le genre et le nombre. Une autre caractéristique saillante de l'arabe est la diglossie. La diglossie est une situation dans laquelle deux variations très différentes d'une langue coexistent dans une communauté de locuteurs, chacune ayant une gamme distincte de fonctions sociales. Pour apprendre à parler, les enfants arabes acquièrent différents arabes familiers locaux et non standard tels que le syrien, l'égyptien et le dialecte Algérien. Au moment où ils vont à l'école, ils commencent à apprendre l'arabe standard. L'arabe standard, qui ne permet pas l'expression familière, est préférable à l'écrit.

D'autre part, la langue française est une langue indo-européenne qui est partiellement flexionnelle et fortement dépendante de l'ordre des mots. Elle n'est pas diglossique mais fait la différence entre la langue parlée et la langue écrite. La langue écrite française peut contenir des morceaux de type parlé, mais cela dépend du registre et du type de genre. Le français a également un système flexionnel limité par rapport à l'arabe. (Besse & Porquier, 1991)

I.2. Arabe et français : aperçu culturel

Le français et l'arabe sont parlés par des nations géographiquement, religieusement et socialement éloignées. La langue et la culture, qui sont tout ce qu'une personne doit savoir pour fonctionner dans une société particulière, sont dans une relation d'influence mutuelle, de sorte que la dimension culturelle est très importante lorsque deux langues sont impliquées dans tout type d'interaction. Cette relation inter-influence suit trois modèles.(Abdelhamid, 2002) D'abord la revendication forte du déterminisme linguistique ou la revendication plus faible de la relativité linguistique, lorsque la langue détermine la culture et la façon dont les locuteurs de la langue voient le monde. Ensuite, quand la façon dont la langue et les locuteurs voient le monde détermine l'utilisation de la langue. Enfin, lorsque la relation entre la langue et la culture est neutre. La langue devient véhiculaire comme une langue servant de moyen de communication régulier entre différents groupes linguistiques dans une communauté linguistique multilingue. L'arabe standard est la langue véhiculaire de la plupart des pays musulmans du nord de l'Afrique et du Moyen-Orient, parmi lesquels l'Algérie, la culture cible de cette recherche. Par conséquent, l'arabe est très affecté par le système social islamique. Par exemple, en arabe, il y a deux termes différents qui signifient « oncle » français : « khal » est le frère de la mère et « aam » est le frère du père. Cette distinction a des implications concernant la position et le statut de khal' et aam' dans la culture arabe. De plus, la nature géographique des pays du Maghreb est très reflétée dans le vocabulaire arabe car « l'environnement physique et culturel dans lequel il se développe influence le vocabulaire et la grammaire de la langue. Pour décrire le temps chaud, par exemple, il existe des dizaines d'adjectifs qui n'ont pas d'équivalents français directs. A l'inverse, le vocabulaire français décrivant le temps humide et pluvieux est riche et difficile à traduire intégralement en arabe.(Bernicot, Trognon, Musiol, & Guidetti, 2002)

Le français, quant à lui, est la véhiculaire des sommets et conférences universitaires, politiques et économiques internationaux surtout dans un passé proche avant son remplacement par l'anglais. C'est la langue officielle de nombreux pays à travers le monde et elle est parlée comme deuxième langue/langue étrangère dans de nombreux pays, dont l'Algérie. Dans ce pays, le français est obligatoire dans tout le système éducatif – primaire, moyen, secondaire et universitaire – mais il est enseigné à des intensités variables.

I.3. Statut de la traduction en Algérie

L'Algérie traverse actuellement des révolutions informationnelles, économiques et commerciales. Ces révolutions ont émergé de la mondialisation et de l'ouverture à d'autres pays et cultures, en particulier la culture européenne et américaine.(Blanchet, 2000) Cette ouverture s'est traduite par l'importation de nouveaux textes sur les sciences et les arts pour répondre aux demandes d'une population cherchant à accéder à ces connaissances. Cependant, la plupart de ces textes sont écrits dans des langues autres que l'arabe, de sorte que la traduction en arabe a prospéré, en particulier à partir du français. La traduction du français vers l'arabe est populaire pour deux raisons. Premièrement, comme mentionné précédemment, en tant que deuxième langue en Algérie, le français est plus accessible à de nombreux professionnels, tels que les banquiers, les employés des compagnies aériennes et les professionnels de la santé. Deuxièmement, des leaders bien informés dans des domaines émergents écrivent en français, suscitant l'intérêt pour la lecture des traductions de ces textes. Néanmoins, la performance de l'industrie de la traduction en Algérie peut être considérée comme modeste pour plusieurs raisons. Les facteurs économiques jouent un rôle majeur dans la réduction de la qualité de la traduction. Il est à noter que les coûts élevés d'impression et de publication en Algérie par rapport aux coûts compétitifs des autres pays arabes accentuent également l'afflux de livres traduits en arabe importés. Le coût de la traduction a conduit le secteur privé Algérien à se tourner vers d'autres pays arabes, comme l'Égypte et la Syrie, pour leurs besoins de traduction.(Abdelhamid, 2002) Néanmoins, le nombre de livres traduits en arabe et introduits sur le marché local dernièrement ; les sciences sociales et humaines ont eu la part du lion des traductions en réponse aux demandes du marché. Les éditeurs privés sont parmi les meilleurs centres de traduction privés en Algérie en termes de traductions culturelles, politiques et littéraires qui ciblent les lecteurs non spécialisés. Tous les facteurs ci-dessus, ainsi que la contribution négligeable de l'industrie de la traduction à l'économie algérienne, se traduisent en quelque sorte par un intérêt national modeste pour réglementer les traductions en fonction de leur qualité.

I.4. Expression idiomatique et langage

Toutes les langues ont des structures. (Aïssani, 2000) Lorsque nous utilisons un langage, nous le structurons d'une manière conforme au système structurel propre à cette langue. Cela fonctionne selon des modèles comprenant des phrases nominales et verbales, annexion et structures similaires. Il existe deux modèles qui peuvent être utilisés pour expliquer le sens d'un texte de langue, à savoir, le principe du choix ouvert et l'idiome principal. Le premier, qui décrit le langage en termes de modes, considère le texte de la langue comme le résultat d'un grand nombre de choix ouverts complexes effectués à chaque point où une unité est complétée. Le texte est donc considéré comme une série de créneaux nœuds qui peuvent être remplis à partir d'un lexique régi par les contraintes particulières de la langue en question. En pratique, on a remarqué que le nombre de choix est effectivement minimisé car les phrases produites par des locuteurs natifs d'une langue ne sont pas aussi variées que choix ouvert. (Ashraf & Miannay, 1999) Le principe de l'idiome, d'autre part, stipule que le choix dans les choix de l'arborescence n'est pas ouvert. Au contraire, les locuteurs natifs ont un certain nombre de phrases (unités) formées par des choix uniques. Ce principe est durable parce que les mots ne se produisent pas au hasard dans un texte. Il est possible d'identifier deux types de structures linguistiques. La première ne possède que des caractéristiques structurelles spéciales qui servent de caractéristiques d'identification, des phrases ou expressions normales dont le sens est compris directement à partir de leurs composants appartiennent à cette catégorie qui est la plus courante. Le deuxième type peut être identifié par sa structure et ses caractéristiques sémantiques, et cette catégorie comprend les proverbes. On distingue trois modèles sémantiques constitués à partir de combinaisons de mots, à savoir : (1) des combinaisons libres (également appelées phrases compositionnelles), (2) collocations, et (3) idiomes. (SPROVÁ, 1995) Phrases de composition transmettre un sens littéral, qui est simplement la somme de tous leurs éléments constitutifs, c'est-à-dire que tous les mots de la phrase ou de l'expression contribuent au sens de la structure. Le deuxième motif, appelé collocations, consiste en deux mots, et sous-tend les combinaisons libres. (El Foul, 1996) Les collocations ont une particularité, à savoir que leur sens est fixe chaque fois qu'il est lié à une structure particulière. Par conséquent, ils peuvent être considérés comme semi-compositionnels. Le troisième type de modèles sémantiques, les idiomes, n'ont aucune relation compositionnelle avec leur sens de composition libre.

I.5. Définition du concept d'expression idiomatique

L'un des aspects les plus importants du français est l'expression idiomatique. Elles sont fréquemment utilisées dans une grande variété de situations, des conversations amicales et réunions d'affaires aux plus formelles et des contextes écrits. « Un idiome est un groupe de mots qui ont, dans leur ensemble, un sens différent de la signification de ses constituants »(Chantereau & Rey, 2006). En d'autres termes, le sens de l'expression idiomatique n'est pas la somme des mots pris individuellement. Un idiome est une sorte d'élément lexical complexe. C'est une phrase dont la signification ne peut être prédite à partir des significations des morphèmes qu'elle comprend. Cette définition montre deux caractéristiques fondamentales de l'idiome ; c'est un complexe élément lexical, et sa signification ne peut être déduite de ses parties.

A son tour, Duneton & Claval (1990) définissent les idiomes comme des combinaisons spéciales avec des formes et des sens qui ne peuvent être déduits du sens littéral des mots qui les composent. Par conséquent, un idiome est appris et utilisé comme une seule unité. Ils ne devraient pas être analysés par rapport à leurs constituants ; ils sont immuables et portent toujours un sens figuré. De plus,(PICOCHÉ, 2011)trouve qu'une définition adéquate d'un idiome est l'utilisation de mots familiers dans un sens inconnu.(Claude, 2000), d'autre part, affirme qu'un idiome est sémantiquement comme un seul mot qui ne fonctionne pas comme tel. Un grand nombre d'idiomes contiennent un verbe et un nom, mais bien que le verbe puisse être placé au passé, le nombre du nom ne peut jamais être changé du singulier au pluriel.

Un idiome est une expression dont le sens ne peut pas être facilement déterminé à partir des mots qu'elle contient. Les idiomes ont le potentiel de causer des difficultés aux apprenants étrangers d'une langue. Si on dit à un locuteur natif visitant un endroit pour la première fois, « comment avez-vous trouvé Paris ? », on obtiendra la réponse « super, j'ai adoré ; ou je n'aimais pas du tout l'endroit ». Mais si on pose la même question à un locuteur non natif, la réponse peut être « comment ai-je trouvé Paris ? Le train m'y a emmené. Ici, « trouver » est utilisé de manière idiomatique.Cet exemple montre que les locuteurs natifs peuvent facilement comprendre les idiomes ; mais les locuteurs non natifs rencontrent beaucoup de problèmes pour les reconnaître et les utiliser.

I.6. Types d'expressions idiomes

I.6.1. Idiomes de codage (identifiables)

Les expressions idiomatiques d'encodage sont ces combinaisons lexicales idiosyncratiques qui ont des significations transparentes. Ce type d'idiomes pourrait être mieux reconnu en faisant une comparaison entre différentes langues par l'utilisation de prépositions appropriées. Par conséquent, « à » est utilisé à la place de « par » dans l'expression française « conduire à 70 km/h » « conduire par 70 km/h » (mais pas en arabe).(Bernicot, Trognon, Musiol, & Guidetti, 2002)

I.6.2. Idiomes de décodage (non identifiables)

Les expressions idiomatiques de décodage font référence à ces expressions lexicales non identifiables et trompeuses dont l'interprétation ne peut être comprise en utilisant uniquement des conventions linguistiques apprises indépendamment. Ils comptent des expressions telles que « tourner autour du pot » et « s'envoler ». Ce type d'idiomes pourrait être classé en lexique et en sémantique.(Aïssani, 2000)

I.6.3. Idiomes et charge culturelle

La principale caractéristique qui conduit à la difficulté de traduire les idiomes est leur spécificité culturelle. Un idiome, comme le définit (GUIDÈRE, 2016), est « une forme d'expression propre à une langue ». Le terme « particulier », dans cette définition, signifie que les idiomes ont un sens ou qu'ils n'ont du sens que dans une seule langue ou une seule culture. Par conséquent, il est difficile, voire impossible, de trouver un tel idiome dans une autre langue différente. Certains idiomes, cependant, en tant que métaphores et proverbes, ont des équivalents directs et, par conséquent, ils peuvent être facilement traduits en d'autres langues. La différence entre les deux expressions réside dans le degré de transparence. Ils sont totalement opaques (ils sont difficiles à comprendre, et leur signification ne peut pas être dérivée des significations des mots qui les composent, C'est donc un idiome culturel chargé. L'expression arabe, cependant, est facilement compréhensible, car elle a un sens transparent et donc, c'est une culture libre. Avoir une large connaissance des références culturelles, ainsi que du contexte d'utilisation est la clé pour mieux comprendre et interpréter les idiomes, et maîtriser leurs différents usages. À cet égard, (Chanterreau & Rey, 2006) déclarent qu'« il est nécessaire de comprendre la métaphoricité

et ses connotations spécifiques à la culture afin d'interpréter correctement même des textes simples ».

I.7. Interprétation des expressions idiomatiques

Traduire des expressions idiomatiques est l'une des tâches les plus difficiles pour les traducteurs. Cela implique bien plus que le remplacement d'éléments lexicaux et grammaticaux entre les langues, et cela peut impliquer de rejeter les éléments linguistiques de base du texte LS. Selon (MOUNIN, 1963), la première difficulté rencontrée par un traducteur, en traduisant des idiomes, est la capacité de reconnaître et de distinguer l'usage idiomatique de l'usage non idiomatique. La reconnaissance est difficile, et parfois impossible, car de nombreux idiomes peuvent être légèrement modifiés, tandis que d'autres peuvent être répartis de manière discontinue sur une phrase. Ceux qui sont facilement reconnaissables comportent des expressions qui violent les conditions de vérité, telles que : « il pleut des cordes ». Des expressions qui semblent mal formés, ou qui ne suivent pas les règles grammaticales de la langue sont également inclus ici. Les expressions qui commencent par « tel », comme « tel père tel fils », suggèrent également qu'elles ne devraient pas être interprétées littéralement. En règle générale, plus une expression est difficile à comprendre et moins cela a de sens dans un contexte donné, plus un traducteur le reconnaîtra probablement comme un idiome (Massimiliano, 2007).

I.8. Utilisation des expressions idiomatiques

Tout type de langage n'est pas toujours approprié à toutes les occasions. Dans le cas où un écrivain ou un locuteur utilise un langage idiomatique, il/elle concentre généralement son attention sur ses croyances culturelles partagées avec les membres de sa communauté, et le type de public auquel son discours s'adresse. A ce titre, il sait qu'il n'est pas à l'aise de délivrer un message en langage figuré, et d'avoir le même effet sur le lecteur cible que dans la LS. Ceci est principalement dû au fait que la méconnaissance des connotations d'une expression ou d'une phrase donnée peut causer de graves problèmes aux personnes concernées. Les idiomes sont également différents et chacun a un contexte spécifique dans lequel il se produit. Les idiomes standards, par exemple, conviennent aux situations formelles, tandis que l'argot et l'informel sont utilisés dans des situations normales. Les locuteurs natifs d'une langue peuvent facilement connaître les différents usages des idiomes et éviter les pièges de ceux qui ne sont pas appropriés. Dans le cas de locuteurs non natifs, il sera préférable pour eux d'apprendre les

idiomes de la langue de la même manière qu'ils apprennent ses autres vocabulaires et d'essayer de maîtriser leurs utilisations contextuelles appropriées. Les usages des expressions idiomatiques, cependant, sont étroitement liés aux fonctions qu'elles remplissent dans le discours. Par conséquent, (MOUNIN, 1963) propose trois utilisations fonctionnelles des idiomes. Pour lui, un idiomme peut être idéologique, interpersonnel ou relationnel.

I.9. Les expressions idiomatiques et les expressions figées

Des expressions fixes comme « cela dit, en fait, et mesdames et messieurs » sont similaires à des idiomes dans le sens où elles autorisent peu ou pas de variation de forme. Les expressions fixes, cependant, sont différentes des idiomes dans la façon dont elles ont des significations presque transparentes. Par conséquent, le sens de « en fait » par exemple, peut facilement être déduit du sens de ses constituants, contrairement à des idiomes comme « poser un lapin » ou « raconter des salades », où le sens de l'ensemble l'expression est différente de la signification de ses parties. Mais malgré sa transparence, le sens d'une expression figée, comme celui d'un idiomme, est parfois plus que la somme des significations de ses composants. Semblable aux idiomes, rencontrer n'importe quelle expression fixe évoque dans l'esprit du lecteur tous les aspects de l'expérience associés aux différents contextes dans lesquels l'expression est utilisée. Cette fonctionnalité est la principale cause de l'utilisation généralisée d'expressions fixes et semi-fixes dans toutes les langues.

I.9.1. Définition des proverbes

Comme les idiomes, les proverbes « sont des phrases spéciales, fixes, inchangées qui ont des significations spéciales, fixes et inchangées » (Schapira C. , 2000). Les proverbes, cependant, sont différents des idiomes dans le sens où ils affichent une sagesse culturelle partagée. En d'autres termes, les proverbes sont facilement compréhensibles et, dans la plupart des cas, le locuteur peut prononcer seulement la première partie du proverbe pour exprimer tout le sens. Ainsi, « ne comptez pas vos poussins » est utilisé au lieu de « ne comptez pas vos poussins avant qu'ils ne soient éclos ». Par exemple, l'expression française « hors de vue, hors d'esprit » a un proverbe similaire en arabe بعيد عن الأنظار بعيد عن الفكر. Les idiomes et les proverbes ne sont pas toujours transparents, et leurs significations sont parfois ambiguës. Pourtant, les apprenants sont fascinés par ceux-là car ils sont toujours intrigués par un langage expressif et coloré. Les expressions idiomatiques et les proverbes font également partie du langage figuré qui produit des

informations culturelles, et leur utilisation montre que la personne fait partie du groupe social qui les utilisera (Claude, 2000).

I.9.2. Les expressions idiomatiques et les clichés

La parole préfabriquée est largement utilisée dans le langage courant. Les expressions idiomatiques, par exemple, qui sont des « morceaux complexes de syntaxe figée, dont les significations sont plus que la simple somme de leurs parties individuelles » (Schapira C. , 2000), sont considérées comme une seule caractéristique de ce type de discours. Les expressions idiomatiques, cependant, ne sont pas le seul type de discours préfabriqué ; il existe de nombreuses autres sortes de formules fixes comme les clichés. Les clichés sont similaires à certains idiomes en ce sens qu'ils comportent des motifs relativement figés, mais ils en sont différents, en ce sens que ces motifs sont généralement constitués d'étendues de langage. Les clichés comme « il n'y a aucun doute à ce sujet », « un bon moment a été passé par tous » et « passez une bonne journée » diffèrent également des idiomes dans la façon dont ils sont facilement compréhensibles à partir de la signification de leurs constituants individuels. Contrairement aux idiomes qui sont souvent appris comme une seule unité sans tenir compte du sens de leurs parties (ibid.)

I.9.3. Les expressions idiomatiques et les métaphores

La langue est un système de communication utilisé par une communauté particulière de locuteurs. Les métaphores constituent une grande partie de ce langage quotidien invoquant un plus haut statut social. Ils ont été reconnus comme des dispositifs rhétoriques qui comparent deux objets apparemment différents. Schapira C.(2000) définit les métaphores comme « décrire quelque chose en utilisant une analogie avec quelque chose d'assez différent". Par exemple, « clair comme de l'eau de roches » est un idiom qui exprime la similitude entre la clarté et la pureté de l'eau dans le degré de clarté. D'après (Claude, 2000), la capacité d'expliquer une expression vague complexe la rendant plus compréhensible et claire est la beauté des métaphores. De plus, les idiomes et les métaphores, comme l'affirme (Sandfeld, 1912), ont un pouvoir c'est-à-dire qu'ils ne peuvent pas être compris s'ils sont pris à la lettre. La différence entre les deux, cependant, peuvent être marqués par l'existence séparée d'une corrélation fondamentale. Ce dernier est dû au fait que les idiomes dans le passé ont une vieille référence qui représente systématiquement des métaphores. Selon (Bernicot, Trognon, Musiol, & Guidetti,

2002), les idiomes et les métaphores sont des aspects spécifiques à la culture d'une langue, c'est-à-dire l'inexistence d'une correspondance directe un à un dans la LC d'un idiome particulier dans le LS est le résultat de métaphores spécifiques à la culture. A cet égard, Duneton & Claval(1990) argumentent : Les métaphores spécifiques à la culture sont mieux représentées dans la phraséologie. Originaire des idiomes de la langue et les phrases définies peuvent se mélanger concepts relatifs à la vision du monde des locuteurs, à leurs caractères, ainsi que leurs relations sociales traditionnelles, devenant ainsi une incarnation des dispositions nationales et des valeurs spirituelles. Elles sont présentées métaphoriquement, indirectement et au figuré, c'est pourquoi les métaphores spécifiques à la culture produisent des idiomes qui n'ont pas de correspondance homologues dans une autre langue (Redouane, 1985).

Conclusion

Les idiomes causent toujours beaucoup de problèmes aux traducteurs d'une langue étrangère. Ils ont généralement des difficultés à reconnaître une expression comme idiomatique ou non, puis à comprendre sa signification exacte. Ceci est principalement dû au fait que les expressions idiomatiques portent un sens métaphorique qui rend la compréhension d'un idiome difficile, voire impossible. En d'autres termes, le sens d'un idiome ne peut pas être déduit du sens de ses éléments constitutifs. De plus, les cultures source et cible ont une grande influence sur la compréhensibilité ainsi que le fait que les idiomes soient traduisibles. Par conséquent, pour mieux comprendre et utiliser les idiomes, il faut à la fois connaître leur contexte historique et être familiarisé avec les cultures S et C, et avoir une idée claire de leur contexte situationnel différent.

ChapitreII :

Le développement personnels

Introduction

Parmi les domaines populaires dans lesquels les traductions du français sont très demandées se trouve le domaine de la littérature sur le développement professionnel et personnel. Les livres de développement professionnel et personnel intéressent le public cible, qui comprend des lecteurs locaux non spécialisés en Algérie. La révolution de l'information qui émerge dans la société algérienne a motivé la tendance à rechercher le développement personnel, ce qui inclut un intérêt à assister à des séminaires et des ateliers et à lire des livres sur le développement professionnel et personnel traduits du français. Les sciences sociales occupaient le premier rang parmi les autres sciences en nombre de livres traduits en langue arabe. Environ 39% de tous les livres traduits étaient dans ce domaine, ce qui équivaut à 491 livres (Jacquemond, 2016). Il a également été remarqué que le public cible a tendance à croire que ce qui est écrit à l'origine dans la langue cible dans ce genre est construit sur la littérature et les connaissances occidentales. En conséquence, l'industrie de la traduction a prospéré ; cela a causé la domination de la traduction commerciale par le secteur privé. Les stratégies de traduction peuvent être pro-LS ou LC en fonction de nombreux facteurs, parmi lesquels le genre du texte, l'idéologie du traducteur, le but communicatif de la traduction elle-même et la distance entre les deux cultures impliquées (Jacquemond, 2016).

II.1. Les livres de développement personnel

L'amélioration de soi est un genre important dans la littérature populaire américaine et ce phénomène est étroitement lié à l'histoire, la culture et l'idéologie des États-Unis (Aïssani, 2000). (Ashraf & Miannay, 1999) Définissent l'amélioration de soi comme « l'amélioration de ses connaissances, statut ou caractère par ses propres efforts » Auto-amélioration, 2015. Les livres d'auto-amélioration sont décrits comme des livres qui contiennent des discussions liées à la croissance.

(Aïssani, 2000) Rapporte que des millions d'Américains se tournent vers la psychologie livres de développement personnel en tant que source de « conseils, idées et inspiration pour résoudre problèmes personnels et interpersonnels. Il est proposé que de nombreux Américains lisent des livres de développement personnel comme une ressource pour grandir en sagesse et mener une vie satisfaisante. Ce genre devient de plus en plus important en Europe occidentale et en Australie et certains auteurs américains d'auto-amélioration sont également populaires en

Chine. (Ashraf & Miannay, 1999) Suggèrent que les êtres humains sont toujours en recherche de moyens de résoudre des problèmes personnels ou d'élargir leurs capacités mentales, physiques, sociales et compétences professionnelles, résultant en une demande constante de manuels d'auto-amélioration/comment faire, et (Campenhoudt, 2014) décrit cette industrie comme une mine d'or pour les ventes.

Bien que (Campenhoudt, 2014) affirme que la principale raison de l'abandon du terme d'auto-assistance des livres aux livres d'auto-amélioration est l'idée que l'auto-assistance dénote les lecteurs comme impuissants et en besoin d'aide, alors que l'idée de s'améliorer implique des lecteurs proactifs. Dans l'étude, Le mot qui sera utilisé des livres d'auto-assistance comme terme générique pour inclure des livres d'auto-amélioration et des conseils pratiques livres. À la suite de Cela, la principale différence entre les livres d'auto-amélioration et les livres pratiques sont au centre de leurs préoccupations : les livres d'auto-amélioration fournir aux lecteurs les moyens de surmonter des problèmes critiques ou d'atteindre des objectifs personnelles croissances ; et des livres pratiques guident les lecteurs dans l'acquisition de techniques mécaniques spécifiques : compétences. En tenant compte de cela, les livres de bricolage. A l'époque les livres d'(auto)biographies n'étaient pas incluses en tant que livres d'auto-amélioration. Cependant, les récits personnels accompagnés d'instructions/conseils explicites et de commentaires sont pris en compte livres de développement personnel. Certains livres d'auto-amélioration ont des titres qui ressemblent à un comment réserver, comme Comment se faire des amis et influencer les gens (Carnegie, 2014), Comment vivre avec 24 heures par jour (Bennett, 2016) et Comment sauver sa peau en toutes circonstances (Winkler, 1987). Bien que ces livres soient accompagnés d'un titre pratique, ils sont axés sur la croissance personnelle. Pour cette étude, les termes facilitent la lecture, doivent être cohérent. Où la littérature utilise le terme d'auto-assistance pour signifier l'amélioration de soi, ce dernier sera utilisé. La littérature identifie diverses catégories de livres d'auto-assistance tels que les livres de bricolage/d'auto-assistance manuels/livres de conseils, livres d'auto-assistance psychologique, des livres d'auto-assistance psycho-religieuse et des livres pratiques. Ces livres offrent des conseils normatifs dans des domaines tels que l'anxiété, le stress, dépression, alimentation, santé physique, estime de soi, image corporelle, dépendances, spiritualité et relations et les l'objectif à travers les sous-genres est d'améliorer la qualité de vie et est de nature thérapeutique.

Les thèmes communs des livres d'auto-amélioration comprennent la découverte de soi, la découverte intérieure force, surmonter l'adversité et mener une vie épanouissante ; et un message commun qui est partagé par pratiquement tous les livres d'auto-amélioration est que vous pouvez vous améliorer. (Carnegie, 2014) Identifie qu'une question distincte abordée dans la littérature d'auto-assistance sur la dépression est de vivre une vie plus heureuse, plus saine et plus productive. L'idéologie sous-jacente de ces thèmes semble être le progressisme, une idéologie qui promeut la réforme plutôt que la révolution, croit au bien commun et est de nature proactive. Ce genre tente de donner au grand public les moyens de faire face aux problèmes, de mener une vie plus efficace et de construire une philosophie personnelle, et professe que les individus sont capables de faire quelque chose pour s'améliorer pour mieux s'adapter au statu quo. À ce jour, les études dans le domaine de l'auto-assistance se sont concentrées sur un éventail de questions : politique et gouvernement, études religieuses, études du discours, diachronique des articles d'auto-assistance, des livres d'auto-assistance dans la pratique clinique psychologique, l'efficacité des livres d'auto-assistance lectorat/attitude envers les livres d'auto-assistance, analyse de contenu de livres d'auto-assistance, et engagement dans la lecture de livres d'auto-assistance. Cependant, rares sont les études qui impliquent la conduite d'une analyse linguistique détaillée sur des livres d'auto-amélioration inspirants. Pour appréhender ce livre en tant que genre, cette étude dessine de manière éclectique sur diverses traditions de la théorie des genres. La section suivante passe en revue les concepts de la théorie des genres qui sont pertinents pour l'étude.

II.2. La théorie de genre

Un genre est une classe de textes qui peuvent être décrits comme ayant des caractéristiques similaires en termes de, par exemple, la structure, le style, le contenu, le public visé, l'objectif social et finalité communicative. Ces caractéristiques peuvent être observées au niveau du texte (structure, style, contenu) et le niveau de contexte (public visé, objectif social, communication but). Bien que l'analyse de genre puisse sembler être principalement axée sur la classification, (Adam, 2001) explique que l'objectif de cette analyse est avant tout orienté vers la clarification. Cela implique que l'analyse d'un genre est principalement la description de la caractéristique d'un genre particulier plutôt que d'analyser si un article correspond à un genre.

Alors que les analystes de genre examinent les textes, à la suite de (Adam, 2001), plutôt que de considérer le genre uniquement en tant que texte, il est à considérer le genre comme

principalement une performance, ou ce qu'on appelle l'action sociale. Ce point de vue implique que le but de l'analyse de genre est de décrire les caractéristiques de formes et d'actions socialement reconnaissables.

II.3. Les genres

Les genres sont reconnus principalement par leur(s) objectif(s) de communication, action(s) sociale(s) et finalité(s) sociale(s). (Adam, 2001) Déclare que : La principale caractéristique de critère qui transforme une collection d'événements de communication en un genre est un ensemble partagé d'objectifs de communication. Placer le premier déterminant de l'appartenance au genre dans un but (communicatif) partagé plutôt que sur des similitudes de forme ou un autre critère est de prendre une position qui s'accorde avec celui de (ECO, 2007). Cela implique que l'action sociale et le but social ont le même objectif de communication. Il explique aussi que « les genres sont des véhicules communicatifs pour la réalisation des objectifs », ce qui implique que le but partagé est la communication conduite. (Adam, 2001) Explique que « dans le cadre des normes socialement reconnues comme but(s) », les producteurs de textes utilisent souvent les conventions d'un genre pour atteindre des intentions. Cette explication semble soulever un problème privé ou social. En tant que genres socialement reconnus, les intentions privées ne peuvent être un critère d'identification du genre. Cependant, il ne s'agit pas d'écarter l'idée d'intention privée. Il est clair que si un objectif socialement reconnu d'une liste de courses est de rappeler aux acheteurs les articles qu'il/elle a besoin d'acheter, les intentions privées pourraient être d'empêcher achats impulsifs, donc pour imposer une discipline aux acheteurs, ou en utilisant la liste comme un instrument d'espoir romantique, pour convaincre un partenaire potentiel qu'il/elle est un partenaire. Bien que ces intentions ne soient pas des buts prototypiques du genre, comme opposés à (ECO, 2007), ils ne semblent pas contraints par des fins. Dans cette étude, les intentions privées sont des fins non typiques et elles ne sont pas contraintes par des finalités socialement reconnues. Un autre problème qui est soulevé est leur définition de finalité communicative. Ils se réfèrent aux divers objectifs de la liste de courses comme variation de but communicatif. Il semble que l'utilisation d'une liste de courses pour empêcher un achat impulsif ou pour imposer une discipline n'a pas un objectif clairement communicatif. L'action sociale se réfère à l'action rhétorique que le langage effectue. Conformément à la théorie des actes de langage dans le discours (Kerbrat-

Orecchioni, 2016), cette idée considère le langage comme une médiation d'actions sociales. L'action sociale est une réponse rhétorique motivée par une demande situationnelle particulière telle que perçue par le locuteur/écrivain et cette action est récurrente et représente l'action rhétorique typée. Bien que pour un texte, les producteurs peuvent avoir des intentions privées (celles qui ne sont pas typiques), l'idée de genre ne considère pas de telles intentions comme un aspect du genre de l'identification parce qu'ils ne sont pas reconnus socialement. Les actions rhétoriques récurrentes sont le résultat d'une interprétation sociale partagée plutôt que la perception individuelle. Parce que les genres sont socialement interprétés, ils sont plus ou moins standardisés, typiques et intelligibles (Adam, 2001).

Le troisième terme abordé est la finalité sociale. (Kerbrat-Orecchioni, 2016) Explique que les genres sont reconnus par les fins sociales qu'ils remplissent. La finalité sociale est liée à la réalisation des objectifs et tâches culturellement établies, mais ils ne se limitent pas à des objectifs de communication. Un journal, par exemple, n'est pas à proprement parler une finalité communicative mais une finalité sociale. Socialement reconnaissable, ne signifie pas qu'un genre est reconnaissable par chaque être humain normal mais à travers la participation à la vie quotidienne. La vie dans des environnements socialement définis. Il semble que la finalité sociale et l'action sont des concepts très similaires. Par exemple, (Adam, 2001) affirme que « les textes qui font des travaux différents dans la culture se déroulent de différentes manières ». Il semble raisonnable de considérer que d'effectuer un travail particulier est similaire à une action. Comme mentionné précédemment, l'exemple (Kerbrat-Orecchioni, 2016) d'utilisation d'une liste de courses comme le rappel semble correspondre à l'idée d'action sociale et d'objectif social plutôt que de communication. Il semble que le terme objectif de communication est utilisé dans un sens plus large. Ce sens, plus que d'être axé sur la communication, est en d'autres termes, un objectif social. Cette étude considère le but communicatif comme ce que les écrivains/conférenciers ont l'intention de transmettre, et l'action/but comme, ne se limitant pas à la communication du producteur de texte.

II.4. Structure Rhétorique

(Adam, 2001) Défend que le but de son travail est d'identifier la structure rhétorique, et dans ses conclusions, il présente la structure comme Introduction- développement -Conclusion. Dans le même article, il semble impliquer qu'une structure de mouvement rhétorique commune d'un genre fait référence à la structure prototypique du genre. Parce qu'il utilise le commun et le prototypique en parallèle, cela implique qu'il utilise le terme structure de mouvement rhétorique sans attacher le sens de prototype. Ce qui suit est un exemple de la façon dont il utilise la structure rhétorique et la structure du mouvement de manière interchangeable. (Carnegie, 2014) Déclare que l'un des objectifs de son étude est de comparer la structure rhétorique des SR avec le modèle établi qui a été postulé pour des introductions à la rédaction de recherches et d'étudier dans quelle mesure le modèle à trois mouvements peut être appliqué pour décrire la structure de mouvement des SR.

Dans la déclaration ci-dessus, la structure rhétorique et la structure de mouvement font référence à la même chose, le modèle à trois mouvements est utilisé de manière parallèle. Un examen de l'article de (Carnegie, 2014) révèle qu'elle utilise de manière interchangeable « structure rhétorique » (. 32), « structure de mouvement » (30) et « structure de mouvement rhétorique » (p. 35) pour désigner l'organisation des mouvements dans des textes individuels.

(Carnegie, 2014) Utilise également le terme structure rhétorique mais d'une manière différente, à savoir pour désigner la structure de mouvement prototypique d'un genre particulier (. 28). Dans son étude des introductions de SR, il déclare que son corpus ne comprend pas d'articles théoriques et d'articles publiés dans des numéros spéciaux car ils varient en termes d'organisation globale ou structure rhétorique. Cela implique que comprendre la structure rhétorique revient à comprendre l'organisation globale d'un genre.

La structure du mouvement rhétorique délimitée dans cette étude aide à démystifier la rédaction de déclarations personnelles et d'autres genres promotionnels connexes et facilite la création de documents persuasifs. La structure rhétorique révélée par l'analyse des mouvements peut être présentée dans les salles de classe d'écriture pour améliorer la compréhension des étudiants du genre des déclarations personnelles. La structure de déplacement peut être utilisée pour enseigner explicitement les contextes disciplinaires, les attentes du public et les objectifs de

communication entourant les processus de candidature aux études supérieures et pour démystifier le processus d'écriture.

II.5. La Théorie De La Réception

(ECO, 2007)Affirme qu'un argument important de la théorie de la réponse du lecteur est qu'il n'y a pas d'interprétation « correcte » faisant autorité d'un texte. Bien que cette théorie rejette l'existence d'une interprétation « correcte » faisant autorité d'un texte, en s'appuyant sur la théorie des genres, une interprétation prototypique est susceptible d'exister. C'est-à-dire que les textes qui appartiennent à un genre particulier sont susceptibles d'avoir une organisation structurelle typique ou une structure générique et des caractéristiques linguistiques. Même si (ECO, 2007)rejette le point de vue structuraliste où le sens se situe uniquement dans un texte, il ne prône pas la pure subjectivité dans l'interprétation. En d'autres termes, la théorie de la réception du lecteur évite de se concentrer uniquement sur la contribution du lecteur ou sur le sentiment pour lui-même, mais se concentre sur l'interaction réciproque entre le lecteur et le texte. Il est à noterque les lecteurs et les textes ont des rôles à peu près égaux.

Il est clair que l'objectif principal de la théorie de la réponse du lecteur est d'expliquer comment les lecteurs négocient le sens. La réponse d'un lecteur à un texte est une construction à la fois individuelle et sociale. Cela implique que le but d'un lecteur est crucial pour déterminer la nature d'une expérience de lecture et l'interprétation d'un texte. La lecture est une transaction impliquant un lecteur et un texte à un moment donné dans des circonstances particulières. Cela explique comment les sentiments, les expériences et les connaissances individuelles contribuent aux réceptions diversifiées à une lecture commune.

L'une des principales contributions de la théorie de la réception du lecteur est de considérer la lecture comme un continuum esthétique efférent. Dans une posture majoritairement efférente, le lecteur se concentre sur ce qui doit être retenu à la fin de la lecture pour apprendre quelque chose. Il est suggéré que dans une position essentiellement esthétique, l'expérience de lecture elle-même est une expérience vécue qui est une riche expérience de pensée et de sentiment pendant la lecture elle-même. La transaction esthétique est l'attention portée à l'expérience de la lecture elle-même. Pour faire une distinction entre la position afférente et esthétique, (ECO, 2007)suggère que quelqu'un d'autre peut lire un texte de manière efférente

pour quelqu'un, et le paraphraser de manière acceptable mais que personne ne peut lire esthétiquement pour autrui.

Dans cette étude, la théorie des genres et la théorie de la réponse du lecteur sont considérées comme complémentaires parce que les genres sont considérés en relation avec des contextes sociaux, et dans le cas des livres d'auto-amélioration, le rôle des lecteurs dans la création de sens est social. Un principe fondamental de la théorie de la réponse du lecteur est que la création de sens se produit lorsqu'un lecteur traite un texte, reconnaissant ainsi des rôles égaux du texte et du lecteur. Ceci est parallèle au précepte principe de la théorie des genres selon lequel une classe de textes ne peut être analysée indépendamment du contexte social.

II.5.1.Persuasion

Comme le suggère la littérature sur le sujet, le but social des livres d'auto-amélioration est d'offrir des conseils et des idées. Cela implique que les auteurs doivent persuader leurs lecteurs potentiels que leurs conseils et leurs idées valent la peine d'être achetés. Conformément à la théorie de la réception du lecteur, cette thèse considère les persuasions comme un processus transactionnel et les persuasions comme des tentatives. Pour comprendre comment les auteurs d'auto-amélioration persuadent leurs lecteurs potentiels.

La persuasion est tout comportement linguistique qui tente soit de changer la pensée ou le comportement d'un public, soit de renforcer ses croyances, si le public est déjà d'accord. La définition de (Kerbrat-Orecchioni, 2016) est utile pour cette étude car elle considère la persuasion comme un phénomène linguistique et prend en considération le rôle du public. De plus, sa définition a une orientation fonctionnelle où les locuteurs/écrivains tentent de modifier, que ce soit pour changer ou renforcer, la croyance ou le comportement du public. Le succès de ces tentatives est lié à la façon dont les orateurs/écrivains efficaces anticipent une éventuelle réaction négative à leurs affirmations, ou à la contre-argumentation dans les débats politiques.

Selon le modèle de (Kerbrat-Orecchioni, 2016), la persuasion a trois composantes : les appels rationnels, les appels de crédibilité et les appels affectifs. Les appels rationnels font référence au raisonnement logique et peuvent être réalisés grammaticalement par des marqueurs de cohérence tels que les conjonctions (par exemple, et, mais). Les appels à la crédibilité renvoient à l'expérience personnelle de l'écrivain, sa connaissance du sujet et sa conscience des

valeurs du public. De même, l'importance pour les orateurs/écrivains est de se présenter comme des personnages crédibles pour tenter de persuader un public. Enfin, les appels affectifs renvoient à l'utilisation du langage pour évoquer des émotions et des sentiments chez le public. Conformément à l'idée de la théorie socioculturelle selon laquelle la cognition et l'affect sont inter reliés, c'est alors plutôt que d'avoir des appels rationnels cognitifs et affectifs émotionnels, Il est nécessaire de combiner les deux appels et les traiter comme engagement.

Pour illustrer la relation entre les tentatives de persuasion des auteurs (c'est-à-dire les réalisations linguistiques) et la perception de la persuasion par les lecteurs, un point de vue conforme à la théorie de la réception du lecteur, il est possible d'étudier le fonctionnement des marqueurs de métadiscours en tant qu'outil de persuasion dans le livre français et algérien. Ils sont définis comme des caractéristiques que les écrivains incluent pour aider les lecteurs à décoder le message, à partager les points de vue de l'écrivain et à refléter les conventions particulières qui sont suivies dans une culture donnée. On identifie des marqueurs de métadiscours textuels et des marqueurs de métadiscours interpersonnels, et on compare l'émergence de ces marqueurs avec le point de vue des lecteurs sur le caractère persuasif du texte. Il convient de noter que les termes et l'approche définitionnelle du métadiscours sont basés sur cela. Il semble que l'idée de métadiscours provient de l'idée de registre qui considère le discours comme porteur de significations des idées, interpersonnelles et textuelles. Les marqueurs textuels du métadiscours comprennent des marqueurs logiques (de plus, mais), des séquenceurs (d'abord, d'autre part) et des rappels (revenons à, comme cela a été mentionné précédemment), et les marqueurs interpersonnels du métadiscours incluent des marqueurs de certitude (sans aucun doute, clairement), des attributs (par exemple, x prétend que, comme l'a fait remarquer le premier ministre) et des marqueurs d'attitude (par exemple, malheureusement, je crois). Les participants à ses études sont des locuteurs natifs du français et de l'arabe. Les textes avec un nombre équilibré d'éléments de métadiscours textuels et interpersonnels sont les plus persuasifs, suivis de ceux qui ont une fréquence élevée de marqueurs. Même si la cohérence et l'engagement sont des concepts assez différents, ils sont considérés comme ayant une relation dialectique. Par exemple, il est peu probable que les lecteurs soient persuadés par un texte incohérent car incompréhensible. D'un autre côté, il est peu probable que les lecteurs lisent attentivement les conseils d'un auteur lorsqu'ils ne perçoivent pas l'auteur comme crédible.

II.5.2. La Crédibilité

La crédibilité est liée à la perception par les lecteurs d'autorité et de la compétence du locuteur/écrivain. Dans les écrits universitaires, les écrivains cherchent à persuader leurs lecteurs en affichant une personnalité professionnelle appropriée. L'approprié implique que la persuasion sous la forme de moyens de construire un personnage crédible, est spécifique au genre. Bien qu'un écrivain puisse construire une personnalité crédible dans son écriture, les lecteurs peuvent percevoir un écrivain particulier comme crédible avant de lire le texte. Cela pourrait être le cas pour les auteurs qui se sont bâtis une réputation positive dans leurs domaines d'expertise (Adam, 2001). Parce que la réputation d'une personne est dynamique, la discussion sur la crédibilité dans cette étude se concentre sur les ressources que les orateurs/écrivains utilisent dans leur tentative de construire une personnalité crédible.

Les façons dont les locuteurs/écrivains construisent leur crédibilité varient selon les genres. Par exemple, dans l'écriture de troisième cycle, la citation est cruciale car elle justifie un argument et démontre la familiarité des écrivains avec la littérature scientifique du sujet. Le rôle crucial de la citation dans l'écriture de troisième cycle implique que justifier un argument et démontrer une familiarité avec la littérature au moyen de citations est considéré comme crédible dans cette culture particulière. Très similaire à la citation, les articles de vulgarisation scientifique utilisent des citations directes d'experts pour construire leur crédibilité. Dans des articles de recherche, les chercheurs construisent leur crédibilité en revendiquant la solidarité avec les lecteurs, en évaluant les idées et en reconnaissant des points de vue alternatifs. Pour créer une personnalité crédible dans les articles de recherche, les auteurs s'associent à d'autres experts dans le domaine et rivalisent simultanément avec d'autres membres de la communauté d'experts pour présenter leur travail comme une contribution unique.

Pour explorer comment les auteurs d'auto-amélioration construisent la crédibilité, les auteurs de ce genre construisent un personnage crédible en se présentant comme sympathiques aux problèmes que les lecteurs rencontrent, ayant de véritables intentions d'aider les lecteurs et se réclamant de la solidarité avec les lecteurs en présentant les expériences de vie des auteurs comme des expériences partagées. Le moyen le plus important de construire un personnage faisant autorité et crédible dans ce genre est peut-être de construire les auteurs comme ayant des connaissances profanes tirées de leur expérience personnelle. Les auteurs d'auto-amélioration

construisent une personnalité faisant autorité en présentant leurs histoires d'auto-transformation. Tout en utilisant simultanément ces ressources pour établir la crédibilité, contrairement aux auteurs d'articles de recherche qui se construisent comme appartenant à la communauté des experts, les auteurs d'auto-amélioration se présentent souvent comme des gens moyens comme le lecteur imagine. Ils évitent de s'associer à la communauté d'experts. La crédibilité est spécifique au genre en ce que les ressources que les auteurs de différents genres utilisent pour construire une personnalité crédible et faisant autorité diffèrent selon les genres.

II.5.3.L'Engagement

(Adam, 2001) définit l'engagement comme une dimension où les écrivains reconnaissent et se connectent aux autres, reconnaissant la présence de leurs lecteurs, les entraînant avec leur argumentation, concentrant leur attention, reconnaissant leurs incertitudes, les incluant en tant que participants au discours, et les guidant vers des interprétations. La définition de l'engagement se concentre sur ce que les écrivains font pour tenter d'engager leurs lecteurs, et est cohérente avec la théorie de la réception du lecteur selon laquelle les lecteurs ne sont pas considérés comme des destinataires passifs mais comme des participants actifs dans un domaine particulier. De même, Les ressources d'engagement traitent des fonctionnalités orientées vers le lecteur et leur fonction principale est de s'adresser directement au lecteur. S'appuyant sur les études ci-dessus, cette thèse se concentre sur les stratégies que les auteurs utilisent dans leurs tentatives pour engager les lecteurs tout en reconnaissant que l'engagement est une négociation ou une transaction.

L'idée que l'engagement est lié à la persuasion n'est pas étrangère à la linguistique et des traces de cette idée peuvent être trouvées dans ces énoncés : tandis que la manifestation linguistique de la persuasion explicite (comme les impératifs) est facile à détecter, les marqueurs de persuasion implicite sont, par définition, moins transparents. Cet énoncé comprend des impératifs comme ressource de persuasion. Il est à considérer que les impératifs, un sous-ensemble de directives, remplissent principalement une fonction d'engagement qui fait partie de la persuasion car l'engagement est considéré comme une composante de la persuasion.

Les études sur l'engagement se sont concentrées sur la comparaison interdisciplinaire, telle que la comparaison des stratégies d'engagement typiques dans les articles de revues universitaires à travers les disciplines et les différences interculturelles. Dans le domaine de la linguistique appliquée, la plupart des recherches qui analysent l'engagement combinent une approche fonctionnelle (par exemple, directives, connaissances partagées) avec une approche grammaticale (par exemple, pronoms, adverbes, verbes modaux).

Le système d'engagement au sein de l'écriture académique, se compose de cinq éléments : les pronoms de lecteur, les directives, les questions, les connaissances partagées et les apartés personnels. Cette étude s'appuie sur le système d'engagement car il fournit un cadre pratique et complet pour analyser les éléments d'engagement. Les pronoms de lecteur sont le moyen le plus explicite d'amener les lecteurs du texte et le moyen le plus clair de reconnaître la présence du lecteur, et les écrivains peuvent les utiliser pour guider les lecteurs à travers un argument.

Conclusion

Le développement personnel fait référence aux activités qui améliorent les talents, le potentiel, l'employabilité, la conscience et la capacité d'une personne à réaliser ses rêves et à créer de la richesse. En général, les vies d'adultes sont façonnées par les expériences et les circonstances de nos familles, quartiers et écoles au cours de nos années de formation. Plus tard dans la vie, cependant, nos motivations à nous développer sont alimentées par notre désir de répondre à certains besoins, comme le présente soigneusement la hiérarchie des besoins de Maslow. L'implication est donc que le développement personnel est un processus qui dure toute la vie, car lorsque les besoins d'un certain niveau sont satisfaits, des besoins plus élevés, qui doivent également être satisfaits, apparaissent. Sur le plan professionnel, cela se manifeste par un désir de gravir les échelons - de gravir les échelons de l'entreprise - ou dans un cadre commercial de continuer à faire passer l'entreprise à la prochaine étape commerciale. Cela peut être en termes de revenus, de résultat net, de présence géographique ou d'offres de produits. En tant que force de croissance et de progrès, le développement personnel est un aspect important de la vie que chacun doit viser.

Chapitre III :

Analyse du corpus

Introduction

La réalisation de soi est un terme qui a été utilisé dans diverses théories de la psychologie l'expression de sa créativité, la quête d'éveil spirituel, la poursuite de la connaissance et le désir de donner et/ou de transformer positivement la société sont des exemples de réalisation de soi. Le livre de Paulo Coelho l'Alchimiste traite de divers voyages expliqués à travers des situations de quête de l'accomplissement du destin du protagoniste Santiago. Cette histoire enseigne la sagesse essentielle de l'écoute de notre cœur, apprendre à lire les présages saupoudrés sur le chemin de la vie et surtout suivre nos rêves. Bien que Santiago ait étudié le latin, l'espagnol et la théologie, mais depuis qu'il était enfant, il a voulu connaître le monde. Par conséquent, il avait trouvé le courage de dire à son père qu'il ne voulait pas devenir prêtre et qu'il voulait voyager. Après bien des persuasions, son père accepta et donna lui une bourse qui contenait trois anciennes pièces d'or espagnoles. Le monde était vaste et inépuisable ; il n'avait qu'à lui permettre moutons pour tracer la route pendant un certain temps, et il découvrirait d'autres choses passionnantes. La vie du protagoniste central du roman, Santiago, reflète fondamentalement ces traits. Il entreprend son voyage à travers les continents pour réaliser son rêve intérieur. Sa quête n'est pas essentiellement pour des désirs futiles tels que la richesse excessive, mais une quête spirituelle plus noble pour s'actualiser dans la tirade de l'homme, de dieu et de l'univers.

III.1. Biographie de l'auteur

Coelho est né à Rio de Janeiro, au Brésil, où il a fréquenté la faculté de droit, mais, en 1970, a abandonné ses études pour voyager à travers le Mexique, le Pérou, la Bolivie et le Chili, ainsi que l'Europe et l'Afrique du Nord. Deux ans plus tard, il retourne au Brésil et commence à composer des paroles de musique populaire, travaillé avec des musiciens aussi populaires que Raul Seixas. Comme il l'avoue dans une interview à Juan Arias, pendant ce temps, il a été initié au travail de l'anglais à la controverse mystique Aleister Crowley, qui a influencé son style. L'influence est étendue non seulement à la musique, mais aussi aux projets de création de La société alternative, qui devait être une communauté anarchiste de l'État du Minas Gerais basée sur la prémisses de Crowley. Le projet a été considéré comme subversif par les membres de l'armée brésilienne, qui emprisonnent tous les membres potentiels du groupe. Seixas et Coelho ont été torturés pendant leur incarcération.

Après une expérience surnaturelle, décrite dans *Les Valkyries*, Coelho a quitté la société. Plus tard aux Pays-Bas, il rencontra une personne qu'il appellera J tout au long de *Des Valkyries*, Le Pèlerin de Compostelle qui a changé sa vie et Coelho a été poussé vers le christianisme. Il est devenu membre d'un groupe catholique connu sous le nom de RAM (Regnus Agnus Mundi) avec "J" comme Maître. En 1986, il a parcouru le chemin de Saint-Jacques, un ancien pèlerin espagnol et son roman *Le Pèlerin de Compostelle* décrit son initiation finale. Lui et sa femme Christina vivent à Rio de Janeiro, au Brésil. (Renotte, 2004)

III.2. Ses œuvres

En 1982, Coelho a publié son premier livre, *Les Archives de L'Enfer*, qui n'a réussi à faire aucune sorte d'impact. En 1985, il a contribué au *Manuel Pratique du Vampirisme*, bien qu'il essayé plus tard de le retirer des ventes, car il le considérait comme de mauvaise qualité. En 1986, Paulo Coelho fait le pèlerinage à Saint Jacques de Compostelle, une expérience qui va plus tard être documentée dans son livre *Le Pèlerin de Compostelle*. L'année suivante, Coelho publie *L'Alchimiste*. Des ventes initialement lentes ont convaincu son premier éditeur d'abandonner le roman, mais il est devenu l'un des livres brésiliens les plus vendus de tous les temps. Coelho a vendu plus de 86 millions de livres dans plus de 150 pays à travers le monde et ses œuvres ont été traduites en 56 langues. Il a reçu de nombreux prix littéraires de divers pays, dont La Légion d'Honneur (France), Grinzane Cavour (Italie), ses autres romans incluent *L'Alchimiste*, basé sur le conte de deux rêveurs de Borges, qui s'est vendu à plus de 11 millions d'exemplaires dans le monde et a été traduit en 41 langues. De plus, il a écrit le recueil de ses meilleures chroniques publiées dans le journal brésilien *Folha de São Paulo* intitulé *Maktub*, *Sur le bord de la rivière Piedra, je me suis assise et j'ai pleuré*, et *Les Valkyries*. Malgré la popularité des œuvres de Coelho en Iran, son roman de 2005 *Le Zahir* y a été interdit, avec 1 000 exemplaires confisqués, mais une semaine plus tard, ledit livre *Le Zahir* est réapparu dans les librairies.

Il a également adapté l'œuvre de Henry Drummond et *Lettres d'amour de Kalil Gibran*. Ses livres ont figuré sur des listes de livre à succès dans des pays non seulement au Brésil, mais dans le Royaume-Uni, les États-Unis, la France, l'Allemagne, l'Iran, le Canada, l'Italie, Israël, en Finlande, en Serbie, en Grèce, en Roumanie, en Bulgarie, en Russie, en Pologne et en Lituanie. Il est le livre le plus vendu de tous les temps d'un auteur de langue portugaise. Coelho écrit une chronique hebdomadaire pour plus de 45 pays. (Renotte, 2004)

III.3. Réception critique

Bien que Coelho ait obtenu un grand succès international, son travail n'a pas été unanimement apprécié localement ; son élection à l'Académie brésilienne des lettres est avérée controversée. Considéré par certains critiques littéraires brésiliens comme un auteur mineur dont le matériel est trop simpliste et similaire à celui des livres d'auto-développement, la critique de son travail découle principalement de son style simple et direct et de ses emprunts d'idées à d'autres auteurs. De plus, ses œuvres en portugais contiennent des erreurs grammaticales et des inexactitudes ; certains d'entre eux ont été réduits au minimum dans la traduction ou modifiés dans les éditions ultérieures. Certains considèrent que ses livres sont incompatibles avec le catholicisme dominant, en raison de leur mélange de mysticisme, d'exercices spirituels, de méditation et d'expériences surnaturelles.

Coelho dans son site Web déclare que le catholicisme est sa voie personnelle d'illumination et pour connaître Dieu, mais prétend aussi que la religion n'a rien à voir avec sa spiritualité ; il considère que toutes les religions sont correctes. Malgré des thèmes spirituels, ses œuvres ne revêtent aucune religion particulière, en dehors des éléments catholiques qui figurent dans certaines parties. Ses livres ont également été traduits dans 56 autres langues.

III.4. Présentation de l'œuvre

Phénomène mondial, *l'Alchimiste*, un roman graphique écrit par Paulo Coelho et traduit du portugais par Jean Orecchioni. Il est lu et aimé par plus de 80 millions de lecteurs, en tête des listes de livres à succès dans 74 pays à travers le monde. Maintenant, cette fable magique est magnifiquement reconditionnée dans une édition que les amoureux de Paulo Coelho voudront chérir pour toujours.

Rêves, symboles, signes et aventures suivent le lecteur comme des échos d'anciennes voix sages dans *l'Alchimiste*, un roman qui combine une atmosphère de mysticisme médiéval avec le chant du désert. Avec ce chef-d'œuvre symbolique, Coelho déclare que nous ne devons pas éviter notre destin et exhorte les gens à suivre leurs rêves, car trouver notre mythe personnel et notre mission sur Terre est le moyen de trouver Dieu, ce qui signifie le bonheur, l'épanouissement et le but ultime de la création.

Le roman raconte l'histoire de Santiago, un garçon qui a un rêve et le courage de le réaliser. Après avoir écouté les signes, le garçon s'aventure dans son voyage personnel d'exploration et de découverte de soi, semblable à celui d'Ulysse, à la recherche symbolique d'un trésor caché situé près des pyramides d'Égypte.

Lorsqu'il décide d'y aller, le seul conseil de son père est de parcourir le monde jusqu'à ce que vous voyiez que notre château est le plus grand et nos femmes les plus belles. Au cours de son voyage, Santiago voit la grandeur du monde et rencontre toutes sortes de personnes passionnantes comme des rois et des alchimistes. Cependant, à la fin du roman, il découvre que le trésor se trouve là où votre cœur appartient, et que le trésor était le voyage lui-même, les découvertes qu'il a faites et la sagesse qu'il a acquise.

L'Alchimiste est un roman passionnant qui déborde d'optimisme ; c'est le genre de roman qui vous dit que tout est possible tant que vous le voulez vraiment. Cela peut sembler être une version simpliste de la philosophie et du mysticisme du nouvel-âge, mais comme le déclare Coelho, les choses simples sont les plus précieuses et seuls les sages les apprécient.

Comme le dit l'alchimiste lui-même, lorsqu'il apparaît à Santiago sous la forme d'un vieux roi « quand tu veux vraiment qu'il se passe quelque chose, tout l'univers conspire pour que ton vœu se réalise ». C'est le cœur de la philosophie du roman et un motif qui fait écho à l'écriture de Coelho tout au long de l'Alchimiste. Et n'est-il pas vrai que toute l'humanité veut désespérément croire le vieux roi quand il dit que le plus grand mensonge du monde est qu'à un moment donné nous perdons la capacité de contrôler nos vies et devenons les pions du destin. C'est peut-être le secret du succès de Coelho : qu'il dise aux gens ce qu'ils veulent entendre, ou plutôt qu'il leur dise que ce qu'ils souhaitent mais n'ont jamais cru possible pourrait même être probable.

Coelho suggère également que ceux qui n'ont pas le courage de suivre leur mythe personnel sont voués à une vie de vide, de misère et d'insatisfaction. La peur de l'échec semble être le plus grand obstacle au bonheur. Comme l'avoue tragiquement l'ancien cristallier : Je crains qu'une grande déception ne m'attende, alors je préfère rêver. C'est là que Coelho capture vraiment le drame de l'homme, qui sacrifie l'accomplissement à la conformité, qui sait qu'il peut atteindre la grandeur mais nie le faire, et finit par vivre une vie de vide.

Il est intéressant de voir que Coelho présente la personne qui ne suit pas son rêve comme la personne qui ne voit pas Dieu, et que toute personne heureuse porte Dieu en elle. Cependant, peu de personnes choisissent de suivre le chemin qui leur a été tracé et de trouver Dieu en cherchant leur destin et leur mission sur terre.

Par conséquent, Coelho suggère-t-il que l'alchimiste a trouvé Dieu en cherchant l'élixir de vie et la pierre philosophale ? Ce qui est certain, c'est que le symbolisme du texte est un parallèle au symbolisme et au langage symbolique de l'alchimisme, et de même le symbolisme des rêves est présenté comme langage de Dieu.

Il est également symbolique que Santiago trouve son âme sœur et les secrets de la sagesse dans la nature sauvage du désert. Le désert est un symbole qui a été utilisé par de nombreux grands écrivains. Dans le désert, Santiago rencontre son âme sœur et découvre que l'amour est au cœur de l'existence et de la création. Comme l'explique Coelho, quand on aime, on essaie toujours de s'améliorer, et c'est là que tout est possible. Le sujet de l'amour inspire un beau lyrisme dans l'écriture de Coelho : « Je t'aime parce que tout l'univers a conspiré pour que je me rapproche de toi. »

L'Alchimiste est un roman qui peut plaire à tout le monde, car nous pouvons tous nous identifier à Santiago : nous avons tous des rêves, et nous mourons d'envie que quelqu'un nous dise qu'ils peuvent se réaliser. Le roman combine habilement des mots de sagesse, de philosophie et de simplicité de sens et de langage, ce qui le rend particulièrement lisible et explique son statut de livre à succès.

Quiconque est un tel chercheur devrait lire ce livre optimiste de celui qui semble avoir réussi à transformer une vie potentiellement basse en un exploit en or, une véritable conversion d'alchimiste. (Renotte, 2004)

III.5. Résumé de l'œuvre

Au début de l'Alchimiste, Santiago, un simple berger qui vit en Andalousie, un petit village d'Espagne. Il n'a pas de grands désirs dans la vie - tout ce qu'il veut, c'est être libre d'errer avec ses moutons, un peu de vin et un livre dans son sac. Bientôt les choses changent... Il fait le rêve répété d'un grand trésor, caché sous les pyramides égyptiennes. Un jour, il rencontre Melchisédech - roi d'un pays lointain, qui encourage Santiago à poursuivre son rêve et son trésor. Santiago vend aussi ses moutons et part en voyage vers le désert.

Mais malheureusement, dès le premier jour dans le nouveau pays, un voleur intelligent vole Santiago. Santiago brisé trouve un travail chez un marchand de cristal – juste pour gagner de l'argent pour rentrer chez lui. Mais très vite, il apprend toutes les ficelles et fait prospérer l'entreprise du commerçant.

Les jours passent, à un moment donné, Santiago se rend compte qu'il se sent à l'aise avec les choses telles qu'elles sont, au lieu de poursuivre sa légende personnelle. Lorsque Santiago s'efforce de recommencer son voyage, il rejoint une caravane qui traverse le désert. Il rencontre un Anglais dans la caravane, à la recherche de l'alchimiste de 200 ans. Cet Anglais est un lecteur avide qui dit à Santiago que l'alchimiste vit dans l'oasis voisine.

La caravane s'arrête près d'une oasis car une guerre tribale est en cours. Là, il trouve Fatima - une fille des déserts. Ils tombent amoureux l'un de l'autre et commencent à vivre ensemble près de l'oasis. Un jour, Santiago envisage une attaque contre l'Oasis et sauve tous les gens et les animaux là-bas. Sa création pour prédire l'avenir le rend populaire à travers le désert, que l'alchimiste lui-même rend visite à Santiago. L'alchimiste promet de guider Santiago vers le trésor. Fatima encourage aussi Santiago à poursuivre son rêve.

Dès le lendemain, Santiago reprend son voyage avec l'alchimiste vers les pyramides au trésor, mais tous deux sont capturés par des réfugiés en chemin. Au point culminant, avec sa forte confiance et ses pouvoirs magiques, Santiago parle au soleil et au vent - pour apporter la pluie. Des réfugiés frustrés ont battu Santiago, mais l'un d'eux révèle que le trésor n'est pas ici dans les pyramides, mais qu'ils sont là à « Andalousie » - le petit village d'Espagne d'où tout le voyage de Santiago a commencé

L'histoire se termine lorsque Santiago découvre le trésor, juste à côté d'un arbre en Andalousie - où il a fait son premier rêve. Avec toutes les fortunes, Santiago retourne dans les déserts pour rencontrer son amour, Fatima. (Coelho, 2010)

III.6. Présentation du traducteur

Jean Orecchioni avait traduit le roman de Paolo Coelho l'alchimiste du portugais

Chapitre IV :

Étude pratique

Introduction

Dans ce chapitre il sera question d'aborder la méthodologie adoptée pour mener à bien la présente étude en l'occurrence la méthode empirico-inductive. Il s'agit alors de justifier les choix méthodologiques ainsi que la démarche scientifique menée pour aboutir à des résultats fiables, représentatif de la réalité du terrain pour analyser les résultats en vue d'une génération valide et fiable.

IV.1. Méthodes d'enquêtes de terrain

Vu la nature de l'étude menée, en l'occurrence, l'étude du phénomène d'appréciation de stratégies de traduction au sein d'un échantillon de la société qui est l'université, et comme toutes études des phénomènes sociaux, l'utilisation de la méthode empirico-inductive s'impose. Elle rend compte des paradigmes compréhensifs se développant en science de l'Homme.

La recherche scientifique dans le domaine des sciences sociales est complexe du point de vue du rapport entre l'objet d'étude et la méthode à adopter. La difficulté réside dans les points suivants. D'une part, l'enquêteur étudie un corpus social dont il fait partie. « Lorsque l'Homme est « l'objet » de sa propre démarche de connaissance, il ne peut inévitablement être que subjectif (ou encore « réflexif » — il s'étudie lui-même), c'est-à-dire interprétatif ». (Blanchet, 2000, p. 30) Sa subjectivité influence la scientificité de l'étude des phénomènes émanant dudit corpus. D'autre part, le phénomène social traite d'un objet social à la complexité aléatoire des facteurs dès sa production. De ce fait, ses variables sont non-contrôlables par le chercheur donc ils n'obéissent pas à une mécanique de loi qui se systématisent sur le terrain. Ainsi, les conditions de l'élaboration de ce phénomène renvoient à ses conséquences.

La méthode empirico-inductive s'interroge sur le fonctionnement et sur la signification de phénomènes humains en acquérant ses réponses dans les données collectées sur le terrain. Elle inclut une interaction mutuelle entre les variables observées et les représentations des sujets sur ces variables parce que l'observateur lui-même est observé.

Selon P. Blanchet cette méthode consiste à expliciter donc à rendre compréhensibles les significations d'événements spécifiques. Il dit aussi que le terrain prime sur la construction scientifique du chercheur et de la théorisation. Parce que l'interprétation est tributaire des observations coproduites dans les sciences humaines. La complexité de l'étude du phénomène étudié provient de celle du terrain de par ses spécificités. « Le terrain n'est pas une chose, ce

n'est pas un lieu, ni une catégorie sociale, un groupe ethnique ou une institution (...) c'est d'abord un ensemble de relations personnelles où l'on apprend des choses. 'Faire du terrain', c'est établir des relations personnelles avec des gens »(Michel, 2004, p. 106)

Pour mener l'étude sur le terrain, dans la cadre pratique, le choix du questionnaire est justifié en fonction des considérations spécifiques liées à la nature de l'étude. Ainsi, l'élaboration du questionnaire sera justifiée par rapport aux hypothèses avancées. Ensuite, l'échantillon auquel le questionnaire était soumis est présenté. D'autre part, puisque ; l'intérêt est porté sur les problèmes d'appréciation de stratégies de traduction. Leur analyse sur la population enquêtée est capitale.

IV.2. Choix de l'outil de recherche

Afin de vérifier les hypothèses de l'étude, nous proposons aux étudiants de répondre au sein du questionnaire aux questions qui ont été établis de façon à vérifier chaque hypothèse. Dans le but de trouver des éléments de réponse aux questions posées, nous avons opté pour une approche empirico inductive en choisissant le questionnaire comme une méthode d'enquête. Sachant qu'il y a d'autres méthodes d'investigation dans ce champ d'étude à savoir l'entretien directif et non directif. Pour ce faire, nous emploierons des questions ouvertes et d'autres semi-fermées pour les considérations méthodologiques suivantes : En premier lieu, les sociolinguistes comme J.L. Calvet et P. Dumont arguent que « L'avantage des questions ouvertes est qu'elles donnent l'entière liberté au sujet d'exprimer son point de vue, elles sont notamment appropriées aux questionnaires portant sur l'opinion, l'attitude et la représentation. »(Dumont & Calvet, 1999, p. 129). C'est-à-dire, elles permettent une extériorisation des sujets questionnés. Il peut en répondant à ce type de questions formuler des jugements à sa volonté, manifester ses commentaires, et de nuancer sa pensée. Puis, les questions semi-fermées sont employées parce qu'elles permettent un codage clair et un traitement simple, en outre les résultats se prêtent à une analyse facile et immédiate.

IV.3. Le questionnaire

Le questionnaire est l'outil de collecte de données auprès des étudiants retenus pour cette étude pour des raisons pratiques. Avec un questionnaire, il est possible de cibler plus d'élèves. Il permet aussi d'acquérir des données fiables pour la recherche. Il est composé de deux parties. Il commence par des questions relatives aux informations personnelles des étudiants : l'âge, le sexe, le métier du père et la mère ainsi que leurs niveaux éducatifs et en langues étrangère. Ces informations nous permettront d'analyser les réponses des étudiants en établissant des corrélations entre le profil social de l'étudiant et l'appréciation de la stratégie de traduction. Ensuite il y a une partie consacrée à extraction de l'étudiant d'un discours épi linguistique qui nous permettra de comprendre sa relation à cette langue. Le type de ces questions sera semi-ouvert et ouvert. Cela permet de guider l'étudiant mais pas de l'astreindre à une réponse donnée parce que la nature de ce phénomène l'exige. Ce choix est justifié par la méthodologie de la recherche selon Jean Louis Calvet(Calvet, 2013, p. 124).

IV.4. Présentation du questionnaire

Le questionnaire est élaboré en fonction de la méthodologie mis en vigueur en sociolinguistique comme suit :

Le questionnaire permet d'identifier les individus anonymement par les 6 questions suivantes :

Quel est votre sexe ?

Quel est votre âge

Où êtes-vous né ?

Le niveau et l'appartenance sociale de l'individu sont cernés par les questions suivantes :

Quelle est la profession de votre père ?

Quelle est la profession de votre mère ?

Le degré de maîtrise de la langue française est jugé sur la question suivante :

Quelle est votre degré de maitrise du la langue française ?

Ensuite vient le premier tableau sur le questionnaire qui vise à estimer la préférence de la stratégie de traduction en fonction des expressions qui reflètent les coutumes et pratiques sociales et morales de la société occidentale, telles que la fréquentation des boîtes de nuit et les relations sexuelles en dehors de l'institution du mariage, des expressions qui contiennent des

citations de la Bible et du caractère sacré d'autres religions, comme citer les paroles des prêtres et des rabbins, des expressions qui reflètent des coutumes et des pratiques religieuses, comme aller à l'église ou célébrer Noël, et en fin, des expressions qui incluent des événements historiques et littéraires et des citations relatives à la société occidentale, telles que la citation d'événements historiques ou des citations d'œuvres littéraires.

Ainsi, les choix possibles de réponses reflètent la tendance de l'apprenant :

1. A supprimer complètement du texte lors de la traduction tant que la suppression ne nuit pas au sens général.
2. A remplacer par des citations arabes et des citations de la religion islamique.
3. A traduire littéralement.

Les trois propositions relèvent donc des trois stratégies possibles en traduction à savoir, respectivement, une stratégie neutre de d'omission, une stratégie de d'importation culturelle et enfin, une stratégie de domiciliation en équivalence des expressions.

Enfin le deuxième tableau exploite 22 expressions authentiques tirées de la traduction de l'œuvre en arabe où à chaque fois il est proposé trois traduction possibles des stratégies de traduction déjà cité, ou l'étudiant doit choisir selon son goût une réponse et justifier dans la case dédiée.

IV.5. Nature du terrain de l'étude :

La présente étude est menée sur des étudiants de première année Licence du département d'arabe de l'université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou. Les étudiants sont issus de 5 groupes différents du département. Leur nombre est de 34 étudiants de première année Licence. Cet échantillon représente 12,6% de la population d'étudiants de première année Licence. Ce pourcentage dépassant les 10%, nous permet de garantir une représentativité en vue de la généralisation des réponses sur l'ensemble des étudiants. L'université est située au sud de la ville de Tizi Ouzou. La densité de la population dans cette zone est moyenne en vue de nature économique de la région. Le quartier plus tôt favorisé économiquement et il est à considérer comme un espace urbain qui débouche sur les phénomènes d'interaction sur le discours porté sur la langue et l'impact de l'urbanisation sur la langue comme la glottophagie où la ville avale du plurilinguisme et crache du monolinguisme.

IV.6. Présentation de l'échantillon

Cette étude est réalisée sur le terrain par questionnaires sur les étudiants. Les étudiants retenus répondent aux questionnaires en classe de cours et pas à la maison pour garantir un retour maximal sur les questionnaires émis et reçus. Ils auront une heure pour comprendre les questions et y répondre sans mettre le nom de l'étudiant pour leur donner confiance et faire surgir un maximum d'authenticité aux réponses. Ce choix est jugé utile du fait qu'il répond à des considérations à la fois méthodologiques et techniques. Vu la facilité d'accès aux classes de cours. Nous avons un contact direct sur une durée de quelques semaines qui nous offre l'opportunité d'observer de près nos enquêtés. Nous avons pu participer à différentes conversations avec les étudiants. Ce qui nous a permis d'avoir une idée sur leur niveau de maîtrise de la langue française ainsi que sur leurs pratiques socio-langagières. En fait, ce type d'enquête consiste à recueillir des données en participant soi-même aux situations qui les produisent ; autrement dit l'observation participante. Selon P LaburtheTolra : « On ne peut étudier les hommes qu'en communiquant avec eux, ce qui suppose que l'on partage leur existence d'une manière durable ou passagère. L'observation participante consiste à participer réellement à la vie et aux activités des sujets observés ». Nous avons choisi aléatoirement 34 étudiants sur une liste d'étudiants de cinq groupes de première année licence. Sur l'ensemble le niveau social des étudiants est moyen et uniforme. Les étudiants questionnés proviennent de famille à la culture similaire habitant la même zone géographique.

IV.7. Passation du questionnaire

Pour mener à bien cette étude, nous avons réalisé un questionnaire de 22 questions imprimé sur deux pages en vue des considérations méthodologiques tel que le temps de passation du questionnaire et la facilité de son analyse. « Élaborer un questionnaire aussi bref que possible permet d'économiser la durée de la passation et celle du traitement »(Dumont & Calvet, 1999, p. 143)

Le 28 novembre 2021 de 08 :00 à 12 :45, nous avons distribué 34 copies du questionnaire aux étudiants sur une durée d'une heure par groupe en classe de cours TD. L'opération a été encadré par l'enseignant en classe. Nous avons expliqué la consigne et les questions aux étudiants en arabe parce que les étudiants n'ont pas assez de compétences acquises en français. « Une recommandation évidente mais utile : le questionnaire doit être rédigé dans une langue

parfaitement maîtrisée par les sujets. »(Dumont & Calvet, 1999, p. 148). En l'occurrence, toutes les questions ont été traduites vers l'arabe, alors disponible sur le même questionnaire en français et en arabe. La durée de passation du questionnaire était d'une heure pour donner le temps nécessaire aux sujets de l'enquête.

IV.7.1. Récupération du questionnaire

A la fin de la durée de passation, nous avons récupéré les copies du questionnaire. Le nombre de questionnaire récupéré était de 34 copies parce que l'enquête en classe en notre présence permet une récupération optimale. Nous avons remarqué que le pourquoi des questions semi-fermées a posé un problème aux étudiants questionnés. Ils n'arrivaient pas à exprimer leur avis de manière explicite. Il nous a semblé que cela était dû à la manière officielle que nous avons choisie. L'étudiant est perturbé par la situation de communication officielle. Par exemple, ils avaient honte de dire qu'ils n'aimaient pas la langue française en notre présence sachant que nous sommes de la spécialité de traduction. Ce sont ces types de barrière psychologique qui se mettent au travers de la pertinence de l'étude.

IV.8. Démarche de l'analyse du questionnaire

Après la récolte des questionnaires auprès des étudiants sujets à l'étude, l'analyse pouvait commencer. Premièrement, nous avons vérifié que toutes les copies ont été rendues et comportent toutes des réponses. Ensuite, nous avons numéroté les questionnaires de 1 à 34 aléatoirement afin de pouvoir identifier et indiquer chaque un d'eux. Ce numéro sera le même sur le mémoire. Enfin, toutes les données ont été systématiquement classées et croisées sur une table de données informatique pour quantifier les réponses qui s'adonnent à cet exercice pour avoir des pourcentages et les transposer en graphiques. Ce qui permet une meilleure visualisation des résultats obtenus.

Deuxièmement, Nous avons abordé la face cachée des réponses (l'implicite). C'est-à-dire nous avons investi les réponses obtenues en quête de cohérence et fidélité à la réalité. Nous avons vérifié s'il y avait des contradictions au sein des réponses récoltées.

Finalement, nous avons abordé l'analyse proprement dite telle que décrite dans le chapitre précédent. C'est-à-dire que les premières questions du questionnaire été d'ordre identificatoire des sujets par le sexe et le niveau social. Le reste des questions allait servir à situer et comprendre l'appréciation de la stratégie de traduction.

IV.9. Analyse des questions relatives aux formations sur les enquêtés

IV.9.1. Sexe des participants

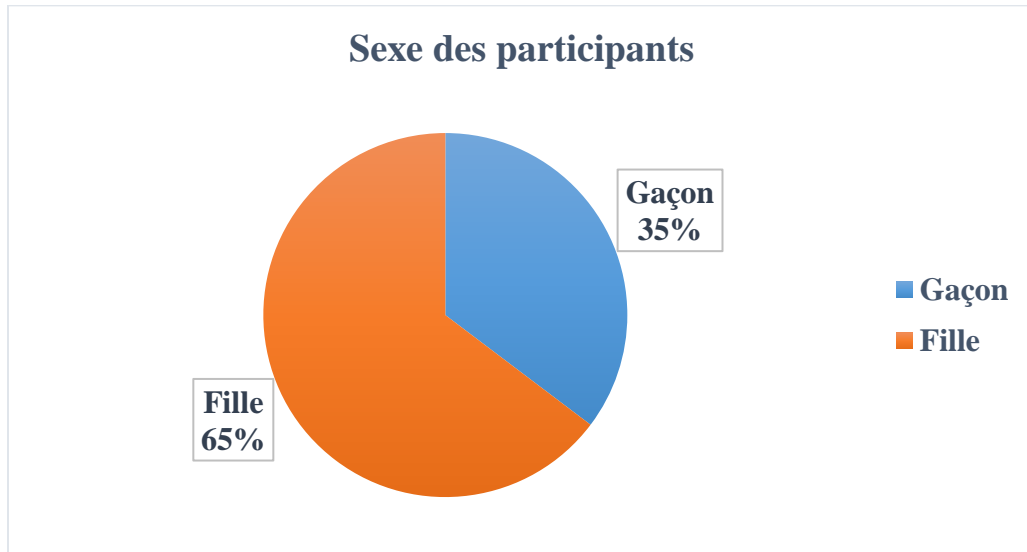


Figure 1 Sexe des participants

L'échantillon étudié se compose de 34 étudiants dont 22 filles et 12 garçons. Cela est dû, nous semble-t-il, à la déperdition scolaire qui touche majoritairement les garçons de bonne-lieu à l'âge de l'adolescence. Les paliers du primaire et du moyen connaissent un équilibre entre fille et garçon. Ce phénomène s'accroît au lycée. Arrivées au lycée, les classes sont occupées principalement par les filles. L'identification du sexe du sujet questionné est primordial, surtout, dans une zone de culture arabe, berbère, et musulmane où les filles jouissent d'un rôle important pour sauver la condition de la femme en kabyle. L'université algérienne connaît entre autres une grande disparité entre le nombre d'étudiants et d'étudiantes principalement dans les départements de langue qui sont considérés comme réservés aux filles. Notre questionnaire va de pair avec cette tendance nationale. Cela pourrait affecter l'orientation de notre échantillon d'étude par rapport à la préférence de traduction. Il est nécessaire de prendre en compte ces chiffres pour la suite de l'analyse.

IV.9.2. L'âge des participants

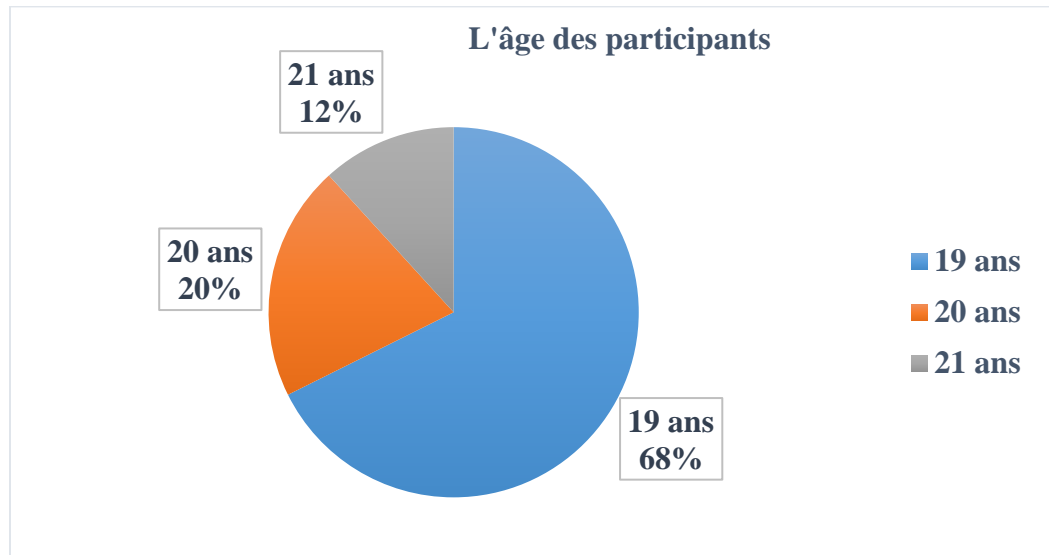


Figure 2 L'âge des participants

L'échantillon étudié se compose de 34 étudiants dont 23 étudiants âgés de 19 ans, 7 âgés de 20 ans et 4 étudiants âgés de 21 ans. Cela nous semble dans les normes nationales puisque le baccalauréat algérien est tenu à l'âge de 18 ans. Et le reste de la déviation est dû à des étudiants qui ont redoublé. Ils sont, cependant, minoritaires. Ce qui veut dire que le niveau de leur formation est à la hauteur de nos espérances pour cette étude.

IV.9.3. Lieu de naissance

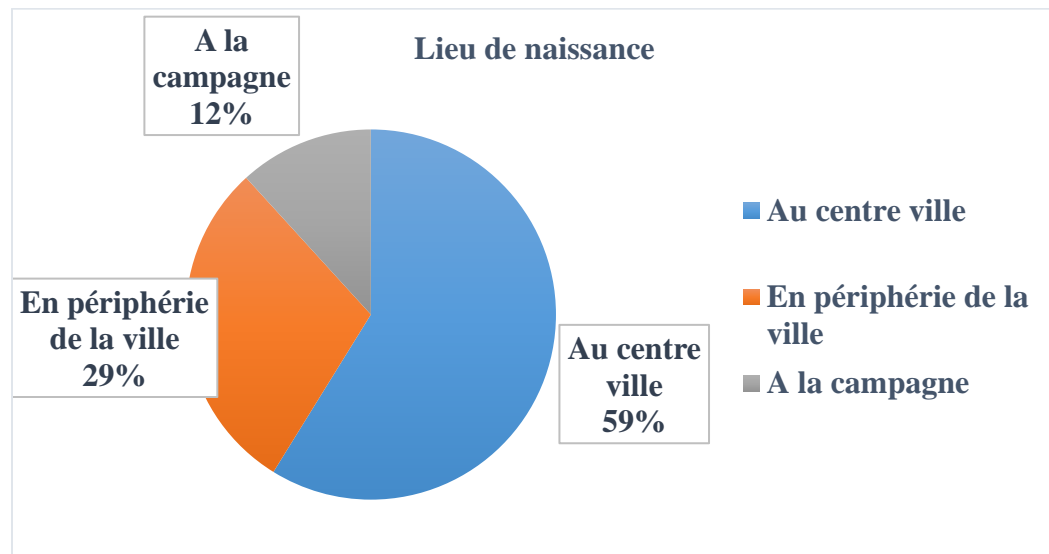


Figure 3 Lieu de naissance des participants

Les résultats montrent que 59% pourcent des enquêtés sont nés et vivent au centre-ville de la ville de Tizi Ouzou. Cette ville plutôt favorisée économiquement, est à considérer comme un espace urbain qui débouche sur les phénomènes d'interaction sur le discours porté sur la langue et l'impact de l'urbanisation sur la langue comme la glottophagie où la ville avale du plurilinguisme et crache du monolinguisme. Le taux de personnes qui lisent augmente par rapport à la moyenne algérien qui lit très peu. Malgré la position sociopolitique précaire et relativement marginale des langues amazighes, une explosion d'expressions culturelles hybrides, dans la forme et le contenu, s'est produite ces dernières années. Aujourd'hui plus que jamais, ces langues fonctionnent comme une ressource centrale pour la construction et la reconstruction de l'identité du groupe amazigh, un processus dans lequel l'alphabétisation et les médias électroniques jouent un rôle important. Le multilinguisme étant une caractéristique de cette société amazighe et un aspect déterminant d'une attention particulière portée sur le choix de la langue afin de créer et de négocier des identités propres aux groupes. A travers ce dispositif langagier spécifique, lié à l'ethnicité et à la classe sociale, les individus expriment divers aspects de leur identité selon ou en contraste avec deux dynamiques hégémoniques essentielles dans la structuration de la société, la force horizontale ou ethnique (exclusion/inclusion) et la force verticale ou de classe sociale (bas/haut). Cette contribution met également en lumière la nature et la(les) fonction(s) du multilinguisme sur la société amazighe basée sur le français et donc sur la manière dont leurs éditeurs et utilisateurs créent des normes et des accommodements linguistiques et culturels.

IV.9.4. Situation sociale de la population enquêtée

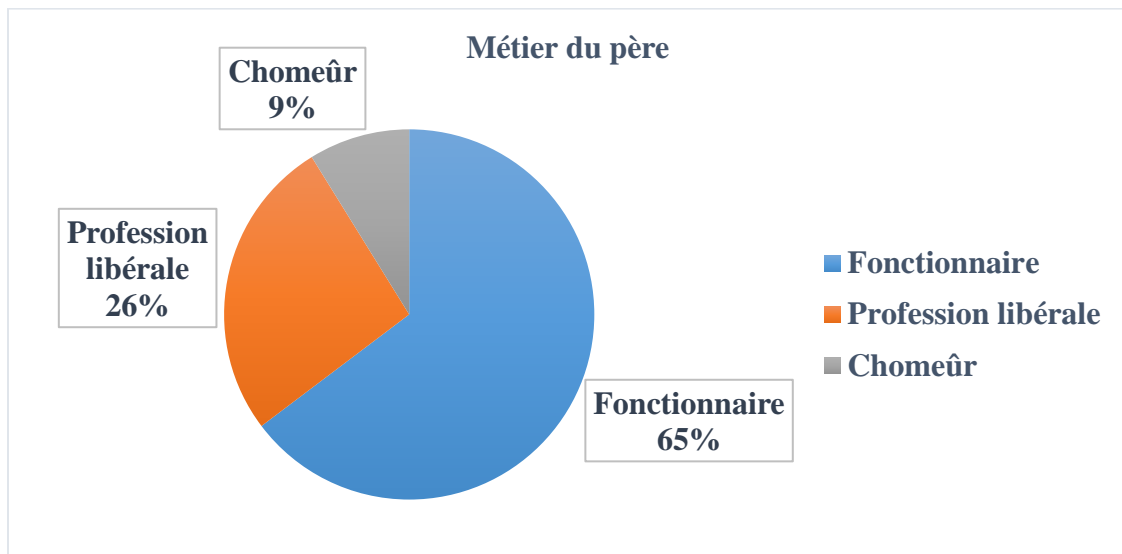


Figure 4 Métier des pères des participants

Le graphique montre que 65% des pères des enquêtés sont fonctionnaires. Cela affirme que leur situation sociale est favorable. En fait, une situation sociale aisée leur permet de s'intéresser au développement personnel comme discipline et leur permet aussi d'avoir les moyens d'acheter les livres de développement personnel traduit du français à l'arabe pour assouvir leur soif de découverte. Vivre dans une classe moyenne donne aussi l'opportunité de penser un futur plus radieux.

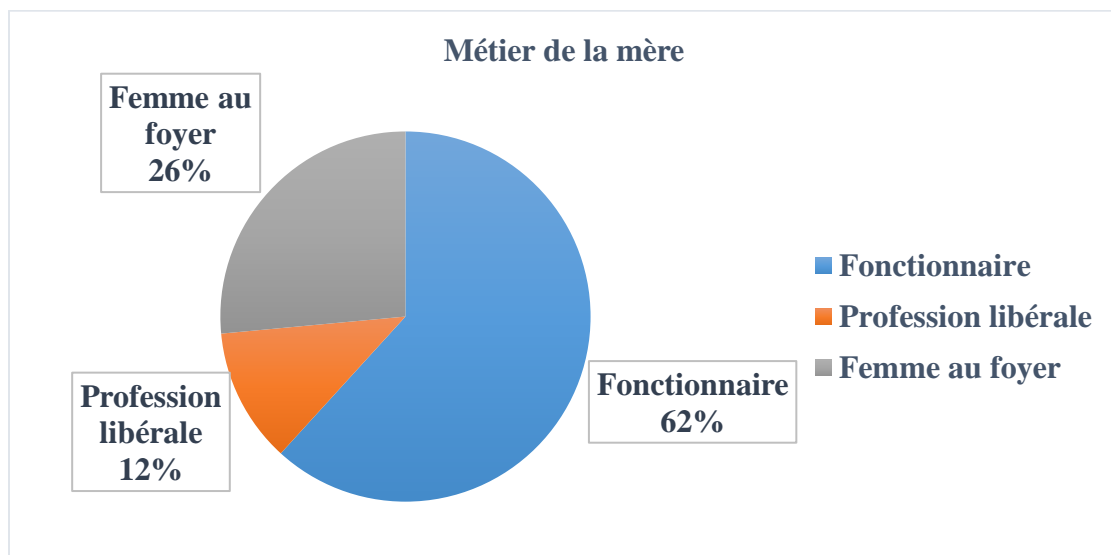


Figure 5 Métier des mères des participants

Le graphique montre que 62% des mères de participants travaillent comme fonctionnaire. Cela est dû à l'émancipation de la femme dans à Tizi Ouzou. En fait, depuis longtemps la femme est sortie pour participé à l'économie des ménages. Elles sont aussi un modèle pour leurs filles. Un modèle de réussite et d'épanouissement. C'est ce à quoi aspire les livres de développement personnel. Une mère travailleuse est un moteur pour la famille et la société en général.

IV.9.5. Maîtrise du français par les participants

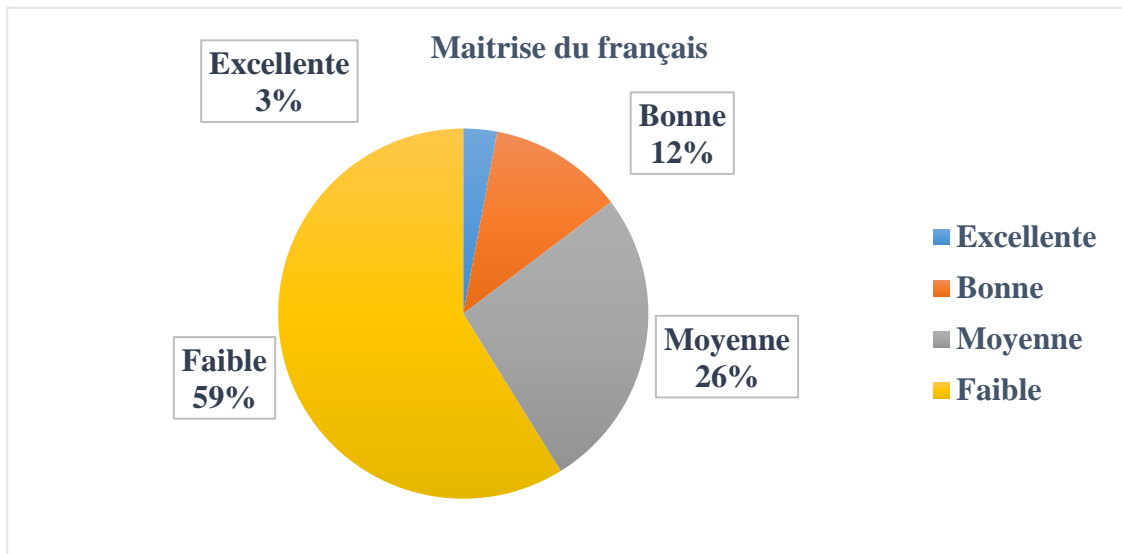


Figure 6 Maîtrise du français des participants

Il est à souligner que 59% pourcent des participants ont une maîtrise faible du français et 26% ont une maîtrise moyenne du français. Cela veut dire que 75% des étudiants ne disposent des compétences requises pour pouvoir utiliser le français comme langue d'apprentissage et de découverte. Cela les oblige à passer par une traduction vers l'arabe pour accéder au livre de développement personnel écrit en français.

IV.9.6. Analyse des données du premier tableau

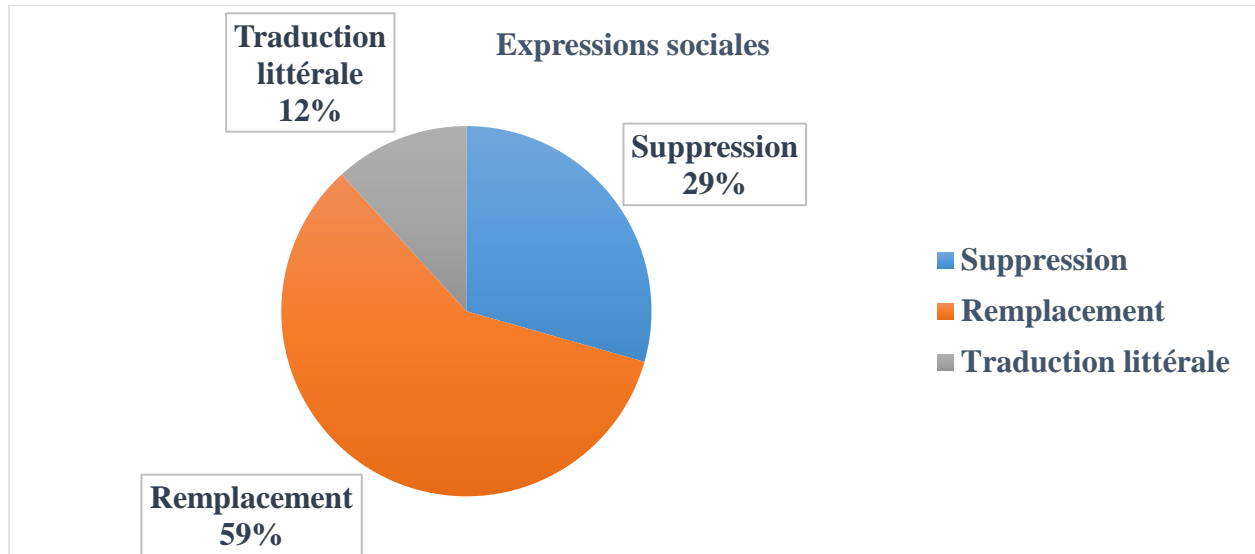


Figure 7 Expressions sociales

Les données montrent que les participants préfèrent majoritairement le remplacement à 59% pour cent des extensions liées aux pratiques sociales occidentales comme la fréquentation des clubs de nuit ou les relations sexuelles extraconjugales. Pour ne pas heurter leurs sensibilités. Par exemple, enquêté numéro 04 affirme qu'il a peur que la culture occidentale n'envahisse sa propre culture et altère sa propre identité. L'enquêté numéro 13 pense, quant à lui, que les idées comme l'éducation sexuelle sont nocives à notre culture arabe et il faut les supprimer. Nos enquêtes sont plus hostiles à leur exposition à la culture étrangère

Exemple : Notre Mariage A Perdu toute forme d'amour Et D'émotions

لقد تسلل الملل والرتاب الى زواجنا

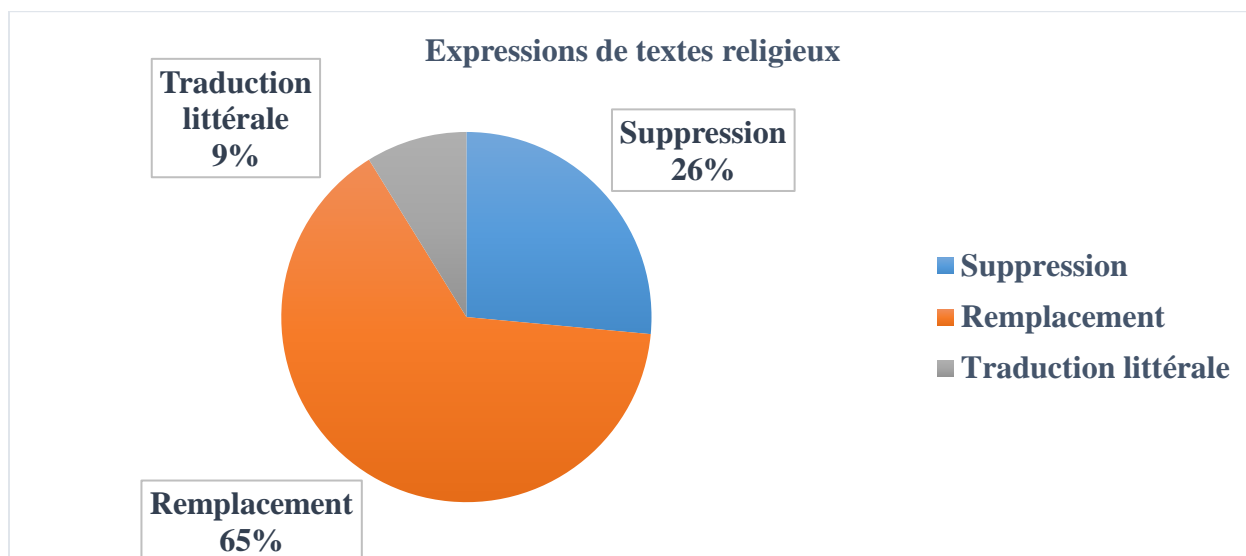


Figure 8 Expressions de textes religieux

Les participants préfèrent aussi le remplacement à 65% pour cent et la suppression à 26% pour cent des expressions et des textes religieux comme des extraits de la Bible. Ne laissant que 9% pour cent à la traduction littérale. Cela veut dire qu'il y a une fine minorité qui est curieuse de découvrir la religion des autres. L'enquête numéro 32 argue que ce n'est pas notre religion et que les occidentales sont sur la mauvaise voie religieuse et qu'ils font partie d'un complot pour anéantir l'islam et nuire à sa réputation. Cela va de pair avec les constatations sur le terrain. Les algériens sont musulmans à 99% pour cent et ne sont pas tolérants et ouverts à la découverte des autres religions. L'enquête numéro 18 pense, quant à lui, qu'il est fidèle aux principes de ses grands-parents qui lui ont dit de se méfier des idées religieuses des occidentaux.

Exemple : Que le Seigneur Jésus te protège / دمت في رعاية الله ورسوله محمد صلى الله عليه وسلم

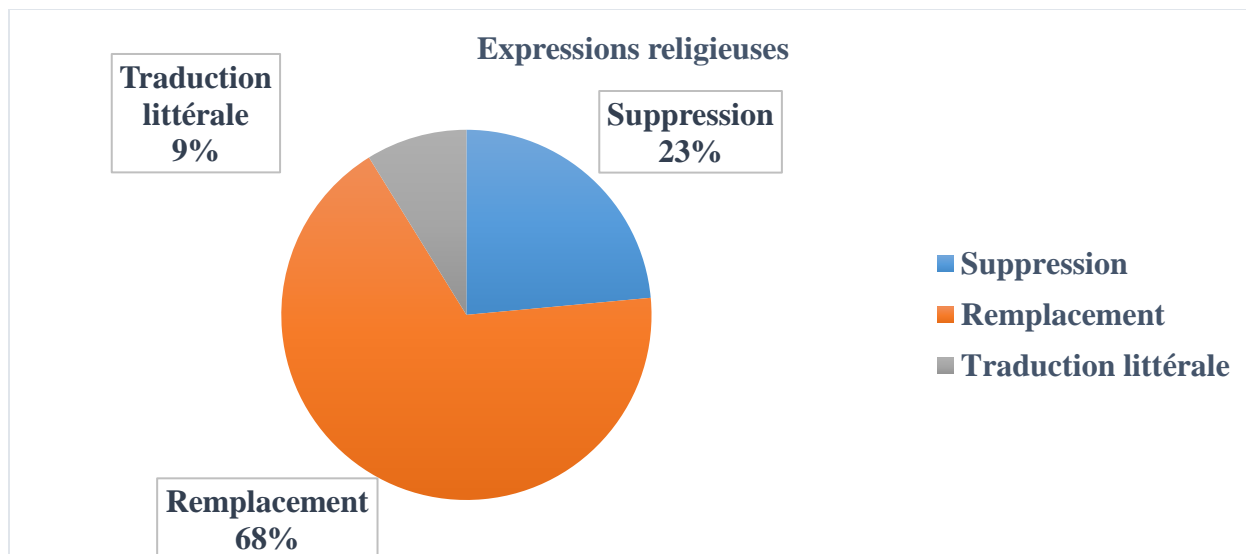


Figure 9 Expressions religieuses

Les participants préfèrent aussi le remplacement à 68% pour cent et la suppression à 23% pour cent des expressions et des religieuses comme le fait d'aller à l'église pour prier Dieu ou se confesser à un prêtre. Ne laissant que 9% pour cent à la traduction littérale. L'enquêté numéro 21 argue que le seul lieu où on doit aller et la mosquée et que la lecture de texte dans ce genre et une invasion culturelle et religieuse. Il faut selon lui remplacer toutes ces expressions par des équivalents en arabe et de notre religion. L'enquêté numéro 09 pense à son tour que les fêtes comme Noël et Halloween ne nous concerne pas et qu'il est plus important de mettre en évidence les fêtes religieuses islamique comme el Mawlid el Nabawi el Cherif. Il pense que nous devons aussi privilégier l'utilisation du calendrier lunaire islamique.

Exemple : c'est bientôt Noël / أيام معدودة تفصلنا عن المولد النبوي الشريف

1- El Mawlid el nabawi el cherif : est une fête religieuse célébrée par les musulmans a l'occasion de la naissance du prophète Mohammad .

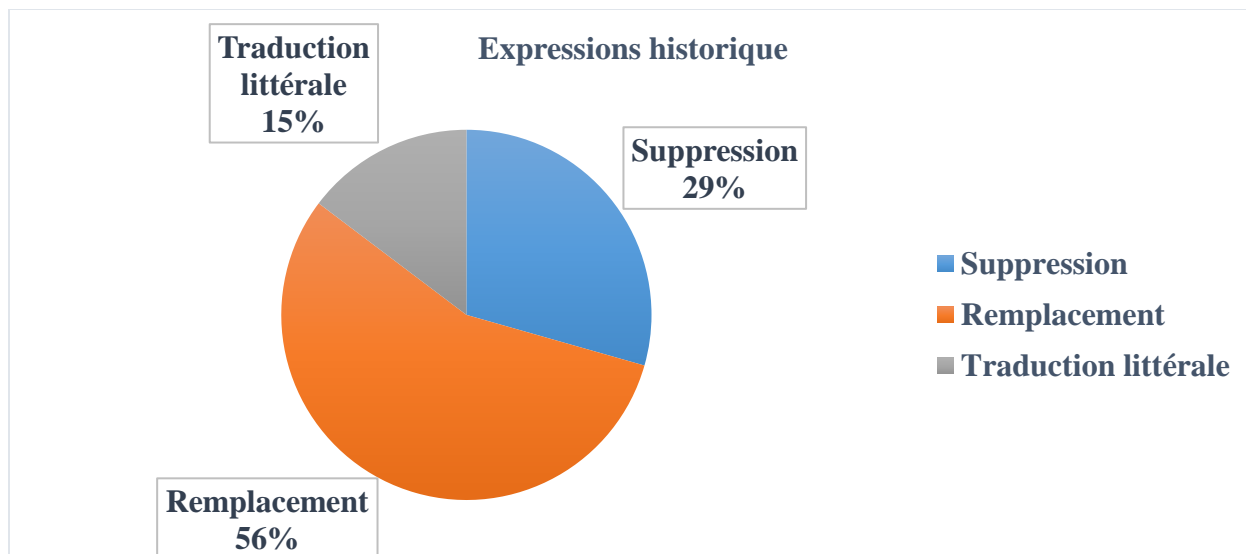


Figure 10 Expressions historiques

Les participants sont moins sensibles aux expressions historiques, mais restent favorables au remplacement à 56% et à la suppression à 29% des expressions historiques et des œuvres littéraires occidentales comme la guerre mondiale ou les écrits français. Par exemple l'enquêteur numéro 17 pense que l'histoire occidentale est écrite par le fort pour servir le métrécit des grandes puissances. Il pense que l'holocauste est grave mais il ne faut pas oublier selon lui que les massacres sur les palestiniens sont aussi importants. En effet, l'histoire est aussi un sujet sensible. La glorification des événements historiques occidentaux comme la révolution française et les croisades entre en conflit direct avec l'identité arabo-algérienne. Les participants n'adhèrent pas à cette vision du monde. L'histoire des monarchies de France et l'aristocratie ne plaît pas à notre échantillon. Pour cela ils préfèrent un remplacement par des expressions qui reflètent plus leur vécu et l'histoire telle que racontée dans les livres d'histoire algériens.

Exemple : La Mer morte en Israël، البحر الميت في الاردن،

IV.9.7. Analyse des données du deuxième tableau

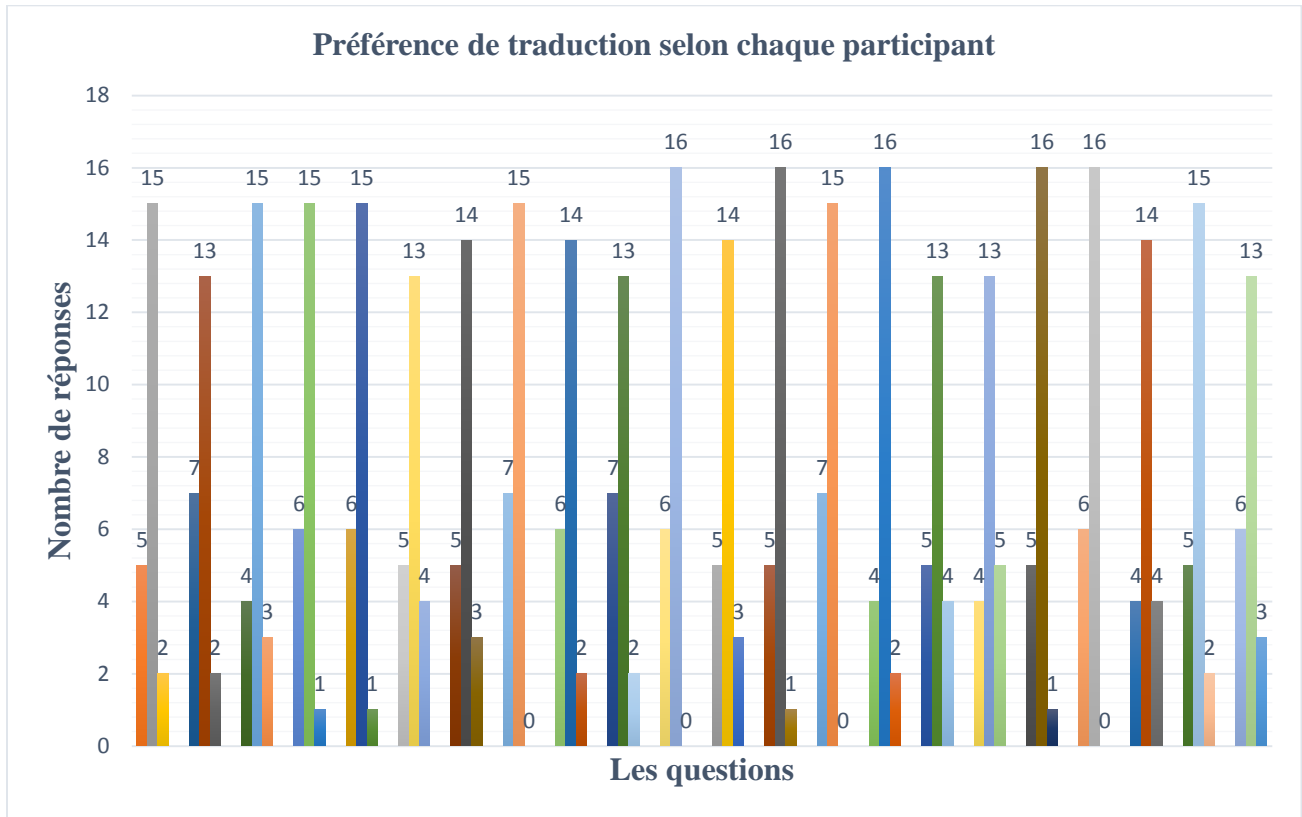


Figure 11 *Préférence de traduction selon chaque participant*

Ce graphique représente un graphique en colonnes. Sur l’axe abscisse, chaque groupe de trois colonnes représente une des 22 questions du tableau numéro deux du questionnaire. Alors il y a 22 groupes de trois réponses possibles. Sur l’axe des ordonnées, la hauteur de chaque colonne représente le nombre de participants qui adhèrent à la réponse. Il est à remarquer une cohérence entre les réponses des participants. Une tendance claire se trace. Pour toutes les expressions choisies aléatoirement de la traduction de l’œuvre en arabe, et en proposant à l’échantillon trois alternatives de traduction possible, pour chaque question la majorité préfère le remplacement puis en deuxième position la suppression en dernier lieu la traduction littérale. Pour le premier groupe de réponses, 5 étudiants préfèrent la suppression, 15 étudiants préfèrent le remplacement et enfin 2 étudiants préfèrent la traduction littérale. Par exemple, pour l’expression « C’est un coup d’épée dans l’eau » On peut avoir des traductions comme faire un travail inutile, peigner la girafe ou ne rien faire. Toutes ces expressions montrent la richesse des deux langues et la

difficulté que rencontre le traducteur pour choisir l'extension la plus adaptée à la situation selon les attentes du public cible.

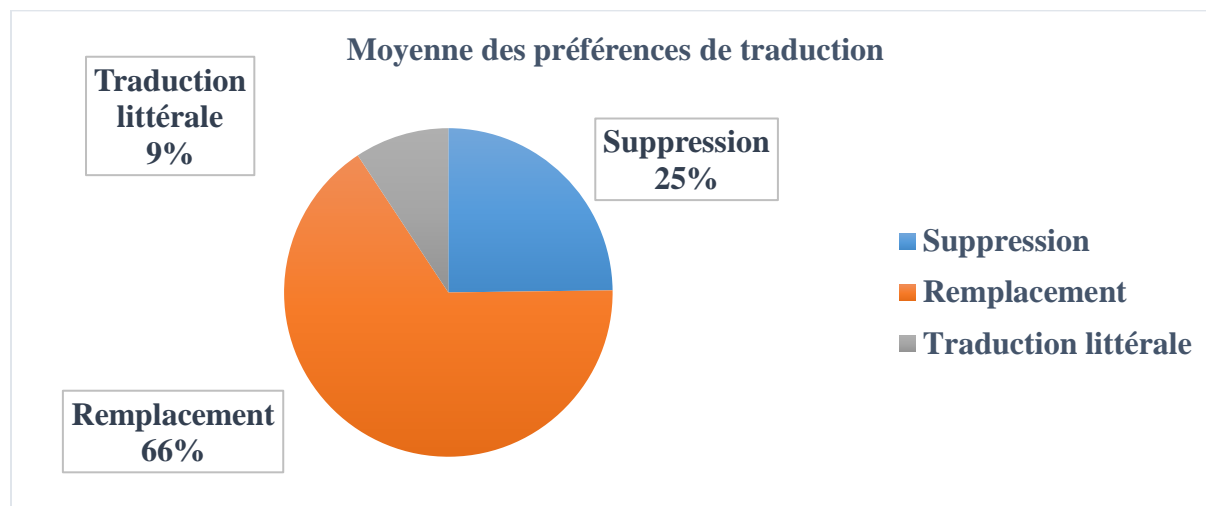


Figure 12 Moyenne des préférences de traduction

Les données montrent que les participants préfèrent majoritairement le remplacement à 66% pour cent des extensions pour toutes les questions confondues, la suppression à 25% pour cent et enfin, la traduction littérale à 9%. Par exemple, l'enquête numéro 17 préfère la traduction qui dit que la mer morte et en Jordanie et pas Israël pour ne pas lui accorder d'importance. Sinon il faut simplement dire, selon lui, la mer morte tout court. L'enquête numéro 13 pense, quant à lui, que l'expression consulter l'horoscope doit être remplacée par lire le journal pour passer le temps parce que, selon ses propos, ce n'est pas la seule pratique de l'astrologie qui est Haram, mais le fait de visiter un astrologue, d'écouter ses prédictions, d'acheter des livres sur l'astrologie ou de lire son propre horoscope est également interdit ! Comme l'astrologie est généralement utilisée pour prédire le futur, ceux qui la pratiquent sont considérés comme des devins ou des oracles. C'est selon la déclaration du Prophète : « La salât (la prière) de quiconque approche un devin et lui demande quoi que ce soit ne sera pas acceptée durant une période de 40 jours et 40 nuits » Rapporté par Hafsah et recueilli par Muslim (Sahih Muslim). Cette traduction entre en conflit avec la religion islamique et n'est pas favorable pour notre échantillon. L'enquête numéro 19 pense qu'il n'y a besoin de la complexité la tradition hérétique grecque pour traduire Les anciens Grecs avaient une merveilleuse philosophie qui contenait trois mots : Ethos (la sincérité et l'autorité du locuteur), pathos (la sympathie du public) et logos (la logique, les faits qui soutiennent l'argument du locuteur. Selon lui il suffit de dire capturer la sympathie du public et la

logique est l'autorité de l'orateur. Il est pour le remplacement de l'expression historique dans le corpus proposé.

Conclusion

Dans ce chapitre il était question de la méthodologie employée dans l'étude pour garantir une crédibilité, une fiabilité ainsi qu'une reproductibilité des résultats de recherche. Une approche empirico-inductive a été retenue pour cette étude qui emploie le questionnaire comme outil de recherche. La réalisation du questionnaire et des consignes obéit à une méthodologie rigoureuse en fonction des hypothèses à investir selon la problématique de départ. La distribution, la passation et la récolte des questionnaires ont été explicitées ainsi que la justification du choix de cet échantillon d'étude. Cela permet la reproductibilité de l'étude. Sur cette base s'est fait l'analyse du corpus de l'étude. Les données montrent que les participants préfèrent majoritairement le remplacement, ensuite la suppression et enfin, la traduction littérale. Par exemple, l'enquêteur numéro 17 préfère la traduction qui dit que la mer morte et en Jordanie et pas Israël pour ne pas lui accorder d'importance. Sinon il faut simplement dire, selon lui, la mer morte tout court. L'enquêteur numéro 13 pense, quant à lui, que l'expression consulter l'horoscope doit être remplacée par lire le journal pour passer le temps parce que, selon ses propos, ce n'est pas la seule pratique de l'astrologie qui est Haram, mais le fait de visiter un astrologue, d'écouter ses prédictions, d'acheter des livres sur l'astrologie ou de lire son propre horoscope est également interdit ! Comme l'astrologie est généralement utilisée pour prédire le futur, ceux qui la pratiquent sont considérés comme des devins ou des oracles. Cette traduction entre en conflit avec la religion islamique et n'est pas favorable pour notre échantillon. L'enquêteur numéro 19 pense qu'il n'y a besoin de la complexité de la tradition hérétique grecque pour traduire. Les anciens Grecs avaient une merveilleuse philosophie qui contenait trois mots : Ethos (la sincérité et l'autorité du locuteur), pathos (la sympathie du public) et logos (la logique, les faits qui soutiennent l'argument du locuteur). Selon lui il suffit de dire capturer la sympathie du public et la logique est l'autorité de l'orateur. Il est pour le remplacement de l'expression historique dans le corpus proposé.

Conclusion Générale

En conclusion nous pouvons dire, en nous basant sur l'étude portant les Stratégies de traduction des expressions idiomatiques liées à la culture dans les écrits du développement personnel sur le cas de l'Alchimiste de Paulo Coelho traduit du français vers l'arabe réalisé au biais d'un questionnaire sur des étudiants de première année Licence du département d'arabe de l'université de Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, pour comprendre comment adapter les stratégies de traduction des expressions idiomatiques liées à la culture dans les écrits du développement personnel pour qu'elles soit fidèles et acceptées naturellement par les lecteurs arabophones ? En se basant sur les données récoltées aux prés des étudiants sur leurs réponses au sein du questionnaire pour des questions établies de façon à vérifier chaque hypothèse selon une approche empirico inductive.

L'Alchimiste, un roman écrit par Paulo Coelho et traduit du portugais par Jean Orecchioni. Il est un livre à succès dans 74 pays à travers le monde. Le roman raconte l'histoire de Santiago, un garçon qui a un rêve et le courage de le réaliser. Après avoir écouté les signes, le garçon s'aventure dans son voyage personnel d'exploration et de découverte de soi. C'est l'archétype des livres de développement personnel et professionnel un genre en vogue ces dernières années dans une Algérie de la classe moyenne qui veut s'épanouir. Paulo Coelho argue que ceux qui n'ont pas le courage de suivre leur mythe personnel sont voués à une vie de vide, de misère et d'insatisfaction. La peur de l'échec semble être le plus grand obstacle au bonheur.

L'amélioration de soi est un genre important dans la littérature populaire américaine et ce phénomène est étroitement lié à l'histoire, la culture et l'idéologie des États-Unis. Cette tendance a traversé l'atlantique pour l'amélioration de ses connaissances, le statut ou le caractère des individus qui la lisent par leurs propres efforts en Auto-amélioration. Les livres d'auto-amélioration sont décrit comme des livres qui contiennent des discussions liées à croissance et les thèmes communs des livres d'auto-amélioration comprennent la découverte de soi, la découverte intérieure force, surmonter l'adversité et mener une vie épanouissante ; et un message commun qui est partagé par pratiquement tous les livres d'auto-amélioration est que vous pouvez vous améliorer.

Les stratégies de traduction les plus acceptables pour traduire des idiomes et des expressions culturellement liées du français vers l'arabe dans le sous-genre de développement professionnel et personnel sont les stratégies qui optent pour favoriser la culture de la langue cible, c'est-à-dire, l'arabe. Il faudrait, donc, remplacer par des citations arabes et des citations de la religion islamique pour plaire à ce public. Parce que les stratégies de traduction domestiquées

seraient les plus acceptables pour les lecteurs arabes selon qu'elle ne heurte pas leurs sensibilités. De plus, les lecteurs arabes se soucient davantage du message de base et apprécient les idiomes traduits et les expressions culturelles utilisant des équivalents arabes qui ne choquent pas le lecteur.

Les figures de style et les expressions à plusieurs mots sont parmi les défis majeurs que rencontre le traducteur. Traduire des idiomes est difficile, car les idiomes sont des expressions figées dont le sens global diffère du sens des mots impliqués. Pour faire face aux difficultés ci-dessus, le traducteur peut soit traduire un idiomme avec une équivalence identique en langue cible, si cela est possible, paraphraser l'idiome, ce qui risque de faire perdre l'impact stylistique de l'idiome ou fournir une traduction littérale, qui risque de perdre faire l'impact sémantique, ou enfin supprimer l'idiome qui risque de faire perdre à la fois l'impact stylistique et sémantique. Le choix d'une stratégie particulière dépendra de la proximité entre les deux langues, de l'expérience du traducteur, de l'adéquation des dictionnaires et de la nature de l'idiome en question.

L'étude a également montré puisque les algériens sont musulmans à 99% pour cent, les enquêtés ne sont pas favorable à ouverture et à la découverte des autres religions parce qu'ils craignent une dissolution de leur identité arabo-musulmans face à l'hégémonie de la culture occidentale et aux métarécits occidentaux que les traductions peuvent amener.

En abordant cette étude, Il aurait été intéressant de :

- _élargir l'échantillon de la présente étude pour avoir plus de fiabilité et nous permettre une généralisation. De plus, avec plus de ressources.
- _ Faire des interviews avec des échantillons d'étudiants sélectionnés pour leurs pertinences de réponses au questionnaire proposé.
- _Enfin, une immersion dans le monde des études avec un micro caché, plus de logistique avec plus de chercheur tel que l'avait proposé par L.J. Calvet.
- _ utiliser les nouvelles technologies pour élargir la présente étude
- _ faire des sondages sur la plate-forme Facebook pour cibler un large publique ce qui permettra une fiabilité de l'étude .

En définitif, nous avons rencontré certaines contraintes. Nulle étude n'est parfaite. C'est pourquoi notre modeste travail aurait pu être plus représentatif et aurait pu aboutir à plus de résultats si on avait pris en considération les pistes de recherches proposées.

Annexe

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Université - Mouloud - Mammeri - de Tizi Ouzou

FACULTÉ DES LETTRES ET DES LANGUES ÉTRANGÈRES

DÉPARTEMENT DE TRADUCTION

Questionnaire

Veillez nous aider pour une étude en traduction en répondant aux questions suivantes :

الرجاء مساعدتنا في دراسة حول الترجمة بالإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما هو جنسك؟ ذكر أنثى
2. كم عمرك؟ سنة.....
3. ما هو مكان ميلادك؟
4. ماهي مهنة الأب؟
5. ماهي مهنة الأم؟
6. ما مدى تحكمك في اللغة الفرنسية؟
ضعيف دون متوسط متوسط جيد
7. يرجى قراءة البيانات و اختيار التعبير الأفضل. يرجى قراءتها مرتين أو ثلاث مرات ، ثم تحديد الإجابة المناسبة لك. ليس هناك اجابة صحيحة أو خاطئة بل بالأحرى ما تشعر أنه يناسبك الأكثر لترجمة مثل هذه التعابير مع التعليل بالإجابة على لماذا لكل اقتراح

التعبير الأفضل		العبارة
1	أنتحذفتمامانالنصعندالترجمةطالماالحذفلايخلبالمعنىالعام	A العبارة التي تعكس عادات وممارسات اجتماعية وأخلاقية تخص المجتمع العرقي بيمثل لتردد علنوا ديا لليلية والعلاقات الجنسية خارج مؤسسة الزواج:
2	أنتسبدياقتباساتواستشهاداتمنالديناالإسلامي	
3	أنتترجمترجمة حرفية.	
لماذا		
1	أنتحذفتمامانالنصعندالترجمةطالماالحذفلايخلبالمعنىالعام	B العبارة التي تحوي بعض الاقتباسات من أنجيلو مقدساتنا أديانا الأخرى كالاستشهاد بأقوال القسيسين والاحبار
2	أنتسبدياقتباساتواستشهاداتمنالديناالإسلامي	
3	أنتترجمترجمة حرفية.	
لماذا		
1	أنتحذفتمامانالنصعندالترجمةطالماالحذفلايخلبالمعنىالعام	C العبارة التي تعكس عادات وممارسات دينية مثل تردد علاكنيسة أو الاحتفال بالكر يسيس
2	أنتسبدياقتباساتواستشهاداتمنالديناالإسلامي	
3	أنتترجمترجمة حرفية.	
لماذا		
1	أنتحذفتمامانالنصعندالترجمةطالماالحذفلايخلبالمعنىالعام	D العبارة التي تضم أحداثا واقعية أو أدبية تخص المجتمع العرقي بيمثل الاستشهاد ببعض الصالات الخفية أو الاقتباسات لأعمال أدبية:
2	أنتسبدياقتباساتواستشهاداتمنالديناالإسلامي	
3	أنتترجمترجمة حرفية.	
لماذا		



Questionnaire

Veillez nous aider pour une étude en traduction

التعبير الأفضل	العبارة
1 ينفقون معظم وقتهم في ما لا نفع	1 غير انى لا اشعر بأى ولاء من ناحيتهم وأظن اننى لو تغييت يوما واحدا لمرض بي، فسوف لماذا أستطيع تدريبهم على أن يكونوا متحملين للمسؤولية؟
2 ينفقون معظم وقتهم في الثرثرة حول نافورة المياه	
3 ينفقون معظم وقتهم في القال والقيل	
لماذا	
1 كان كمنبه دق على وتر حساس	2 لحسن الحظ اصبح الأمر على ما يرام فقط عندما اشترينا الجهاز و لكن عندما عرضنا هذا الأمر للمناقشة.....وبدا لي الأمر كرمز لكل تفكير غير العقلاني و قد وُد داخلي سلسلة من الأحاسيس السلبية.
2 كان كمنبه ضغط بشدة على زر استجابة حادة	
3 كان كمنبه أثار موضوعا حساسا	
لماذا	
1 بدون قلق و توتر	3 العملية كلما أشبه باللعبة و التي يجب أن تمارسها و إلا لن تحسلي أبدا على ما تبحثين عنه
2 برباطة جأش	
3 بدون يد مبتلة من العرق	
لماذا	
1 لن تساوي حتى مجرد صفقة من البقول	4 كم هو فرق حقيقي ذلك الذي يصنعه التفهم. إن جميع النصائح الحسنة فى العالم ما لم تكن معنية بالمشكلة الحقيقية و لن تستطيع أن تصل إلى المشكلة إذا ما كنا مسلمين أنفسنا لهذه الدرجة من الذاتية الشخصية
2 لا تسمن و لا تغني من جوع	
3 لا فائدة منها	
لماذا	
1 أن كل من برع في أمر ما قاس جميع الامور عليه	5 إلا ان الناس تميل الى البقاء فى منطقة الراحة مع نصف الدماغ المسيطر و تجري التعامل مع كل موقف طبقا للجانب المفضل فى المخ. وكما يقول ابراهام ماسلو:
2 تغيير الحال من المحال	
3 كل من كان جيدا فى الطرق يميل إلى الظن بأن كل الأشياء مسامير	
لماذا	
1 تعطينى الدرجة الثالثة	6 و فى كل مرة أكون فيها مسافر إلى الخارج، و تسألني أين تناولت إفطاري؟ ومن كان معي؟
2 تستجوبنى استجوابا حادا	
3 تمطرني بالأسئلة	
لماذا	
1 يمر بأزمتين حقيقيتين	7 خلال السنوات الخمس التى عشتها فيهذا البلد رأيته..... و ذلك لأن محصليللنقود كانوا يتبعون الاجراءات و القواعد المكتوبة بمكر و دهاء
2 يركع على ركبتيه رتين	
3 تتكالب عليه مصائب مرتين	
لماذا	
1 من أراد تحقيق النتائج عليه تحمل الصعاب	8 قد صدقتعبارة..... فى بعض الأحوال و لكنها ليست الجواهر
2 إذا أردت جني العسل تحمل لسع النحل	
3 لا ألم ولا ربح	
لماذا	
1 بأنه قد فاتتك الحافلة	9 لا أريدك أن تصابي بالذعر أو أن تشعري ولكن

2	أنك قد أصبحت عانس	حان الوقت للتوقف عن إهدار أيامك	
3	بأنه قد فاتك قطار الزواج		
لماذا			
1	تتالين بها أقصى المنى	يمكنك إيجاد فارس الأحلام الذي تعرفين أنه مناسب لك، ستحصلين	10
2	تحك ظهرك	على علاقة ، و تحقق أحلامك التي طالما حلمت بها	
3	تشبع كل احتياجاتك	منذ الطفولة	
لماذا			
1	لقد أصبح زواجنا أملسا	إننا لا نتشاجر وإن نفعنا أي شيء لقد كفنا عن حب بعضنا البعض	11
2	لقد تسلل المال و الرتبة إلى زواجنا		
3	لقد فقد زواجنا كل معاني الإثارة		
لماذا			
1	عاجلا أم اجلا	غير أنك ستجد نفسك مضطرا إلى مواجهة الحقائق.....	12
2	سواء الآن أو بعد حين		
3	قريبا أو لاحقا		
لماذا			
1	يقن بكل أريحية و انفتاح	أعرف أن بعضكن العثور عندشريك الحياة من أجل	13
2	يفكرن تفكيرا قديما و يقنن	علاقة تتزوج بالزواج لبس سهلا كأي لعبة على الإطلاق	
لماذا			
1	البحر الميت	و لكن لو ألقينا نظرة من قرب نحو كثير من التوجهات المطلوبة للنمو و	14
2	البحر الميت في الأردن	تحقيق الذات، فإننا سوف نجد في ليها أو جوهرها التمرکز حول الذات.	
3	البحر الميت في اسرائيل	ولكن يوجد في مركز الذات القليل من الأمان و التوجيه و الحكمة و القوة لأنه مثل الذي يأخذ و لكنه لا يعطي و يصبح بذلك راكدا	
لماذا			
1	نصاب ساعات العمل	إنك تتعلم حين تصمت، كما أنك تعطي من يعمل معك التنفيس المعنوي،	15
2	المتطلبات المادية (8 ساعات في خمسة أيام)	إنك تبث فيهم الولاء الذي يتجاوز كثيرا	
لماذا			
1	هذا الأسبوع؟ إلى أي برج تنتمي؟ هل ترى كل هذه الامطار الغزير؟	لقاء التعارف ببساطة من أكثر الطرق العشوائية و الغير منتجة فعادة تأخذ الحوارات أشكالا مثل :	16
2	هل تطلعت على المجلة		
3	أضاعة الوقت في السؤال عن آخر المستجدات الاجتماعية و السياسية و أحوال الطقس ما هو برجك؟ الجو شديد الحرارة أليس كذلك؟ هل قرأت العدد الاخير من المجلة؟		
لماذا			
1	و هو دعاء للتخلص هذا الإدمان	و بهذه الطريقة فإننا لا نعطي هذه المشاكل القوة لسيطر علينا و نتشر ب	17
2	المتضرعين الملهوفين	بالروح التي تنبعث من دعاء إلهي هيني الشجاعة لأغير من الأشياء التي يجب أن تتغيرو السكينة لأقبل الأشياء التي لا يمكن تغييرها.	
لماذا			
1	ايثوس (و يعني إخلاص و سلطة المتحدث) و الباثوس (يعنى استعطاف الجمهور) و لوغوس (و يعني المنطق الحقائق التي تدعم حجة المتحدث	لقد كان لقدماء الإغريق فلسفة رائعة تضمنتها ثلاث كلمات مرتبة في	18
2	استعطاف الجمهور و المنطق سلطة المتحدث	تتابع منهجي و هي و أزعم أن تلك الكلمات تحتوي على جوهر مبدأ السعي أولا للفهم و تقديم صورة مؤثرة	
لماذا			
1	من يبكي بعد خراب مالطا	إن الإدارة دون القيادة المؤثرة هي أقرب ما تكون الى	19
2	كما حدث على عدم جدوى الاهتمام بتنظيم الكراسي و المقاعد على و لن تستطيع الإدارة الناجحة أن تعوض فشل القيادة	

و يعود سبب صعوبة القيادة إلى أننا ننحرف بها و نغمس في تصور ذهني للإدارة		ظهر سفينة أوشكت على الغرق ظهر سفينة تيتانيك العظيمة و هي تغرق	
	3	عدم جدوى الاهتمام بتنظيم الكراسي و المقاعد على ظهر سفينة أوشكت على الغرق	
لماذا			
و شعرنا بأن أساس استمرار حينا هو أن نتحدث و خاصة عن المشاعر و أن نحاول التحدث مع بعضنا البعض كل يوم حتى و إن كنت على سفر لأن ذلك هو أساس السعادة والأمان التي ستعم أرجاء المنزل	20	بإمكانك الرجوع إلى المنزل مرة أخرى-(و ذلك على عكس رواية التي بعنوان لا يمكنك العودة الى المنزل) - اذا كان منزلك عبارة عن علاقة ثمينة و صلبة عالية	1
		فأنت ستحب العودة الى المنزل ما دام ينتظرك فيه أناس تربطك بهم علاقة قوية و متينة	2
لماذا			
اسعى لأن أكون خيرا كجار ستظهر في سلوكياتي تجاه الآخرين	21	لأن محبتي ليسوع	1
		لأن إيماني و اعتقادي	2
		لأن محبتي لله	3
لماذا			
أنا أستحق الزوج المناسب الذي سيكمل عمره معي، و نعيش معا في تجربة جميلة، ويتعرف على شخصيتي ونكمل بعضنا البعض و	22	لبس هدفه الحصول على جسدي فقط	1
		ليس هدفه من الزواج الجانب الحسى فقط	2



Questionnaire

Veillez nous aider pour une étude en traduction en répondant aux questions suivantes :
الرجاء مساعدتنا في دراسة حول الترجمة بالإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما هو جنسك؟ ذكر أنثى
2. كم عمرك؟ 19 سنة
3. ما هو مكان ميلادك؟ عين الحمام - تيزي أوزو
4. ماهي مهنة الأب؟ صو لهف
5. ماهي مهنة الأم؟ استاذة
6. ما مدى تحكمك في اللغة الفرنسية؟ جيد جدا جيد متوسط ضعيف
7. يرجى قراءة البيانات و اختيار التعبير الأفضل. يرجى قراءتها مرتين أو ثلاث مرات ، ثم تحديد الإجابة المناسبة لك. ليس هناك اجابة صحيحة أو خاطئة بل بالأحرى ما تشعر أنه يناسبك الأكثر لترجمة مثل هذه التعبيرات مع التعميل بالإجابة على لماذا لكل اقتراح

العبارة	التعبير الأفضل
A	العبارة التي تعكس عادات و ممارسات اجتماعية و أخلاقية تخص المجتمع الغربي مثل التردد على النوادي الليلية و العلاقات الجنسية خارج مؤسسة الزواج:
لماذا	الإسلام هو ديننا الوحيد. يجب أن نعيش أنفسنا من الغزو الحضاري
B	العبارة التي تحوي بعض الاقتباسات من الانجيل و مقصات الأديان الأخرى كالاستشهاد بأقوال القسيسين و الأحيار
لماذا	من الأفضل أن تعرفنا على ما ليس لنا صلة بنا
C	العبارة التي تعكس عادات و ممارسات دينية مثل التردد على الكنيسة أو الاحتفال بالكريسمس
لماذا	نستبدل تلك العبارة بالعبارة بالحواء النبوي الشريف
D	العبارة التي تضم أحداث و اقتباسات تاريخية و أدبية تخص المجتمع الغربي مثل الاستشهاد ببعض القصص التاريخية أو الاقتباس من الأعمال الأدبية:
لماذا	لأننا أولاد من الإقتباس و علينا بحماية تاريخنا
العبارة	التعبير الأفضل
1	غير اني لا اشعر باي ولاء من ناحيتهم واطن انني لو تغيبت يوما واحدا لمرض بي، فسوف لماذا أستطيع تدريهم على ان يكونوا متحملين للمسؤولية؟
لماذا	العبارة تعبر بسلاسة
2	لحسن الحظ أصبح الأمر على ما يرام فقط عندما اشترينا الجهاز و لكن عندما عرشنا هذا الأمر للمناقشة.....وندا لي الأمر
1	يففقون معظم وقتهم في ما لا نفع
2	يففقون معظم وقتهم في الثثرة حول نافورة المياه
3	يففقون معظم وقتهم في القال و القيل
1	كان كمنبه دق على وتر حساس
2	كان كمنبه ضغط بشدة على زر استجابة حادة
3	كان كمنبه أثار موضوعا حساسا

		كمرز لكل تفكير غير العقلاني و قد ولد داخلي سلسلة من الأحاسيس السلبية.
لماذا	1	أشعر أنها عبارة طبيعية.
	2	الصلية كلما لديه بالعبء و التي يجب أن تمارسها
	3	و إلا أن تحصلني أبدا على ما تبحثين عنه
لماذا	1	العبارة الخبز ليست عربية
	2	كم هو فرق حقيقي ذلك الذي يصنعه للفهم. إن جميع الناصح الحسنة في العالم
	3	ما لم تكن معنية بالمشكلة الحقيقية و لن تستطيع أن تصل إلى المشكلة إذا ما كنا مسلمين أنفسنا لهذه الدرجة من الذاتية الشخصية
لماذا	1	هنا عبارة صفتية من القرآن الكريم
	2	إلا أن الناس تميل إلى البقاء في منطقة الراحة مع نصف التماخ المسيطر و تجري التعامل مع كل موقف طبقا للجانب المفضل في المخ. وكما يقول ابن اراهام مايلو:
	3	أن كل من برع في أمر ما قاس جميع الأمور عليه تغيير الحال من المحال كل من كان جيدا في الطرق يميل إلى الظن بأن كل الأشياء مسامير
لماذا	1	عصوما أستعمل هذه العبارة
	2	و في كل مرة أكون فيها مسافرا إلى الخارج، و تسألني أين تناولت إفطاري؟ ومن كان معي؟
	3	تطميني الدرجة الثالثة تستجوبني استجوبا حادا تظنني بالانزلة
لماذا	1	لحم السمك العبارات الخبز من قبل
	2	خلال السنوات الخمس التي عشتها في هذا البلد رأيت
	3	و ذلك لأن محصلي للتفرد كانوا يتبعون الاجراءات و القواعد المكتوبة بمكر و دهاء
لماذا	1	عبارة صيترجة من الدين و يبدو أنها فلسفيا
	2	قد صنعت عبارة
	3	في بعض الأحوال و لكنها ليست الجورم
لماذا	1	أحسب أنها حاملة خفيفة على اللسان
	2	لا أريدك أن تصابي بالذعر أو أن تشعرني
	3	لكن حان الوقت للتوقف عن إهدار أيامك
لماذا	1	الأسلوب الحساس أفضل من التشبيه الذي يعطي لسانا
	2	يمكنك إيجاد قازم الأعلام الذي تعريفه له مناسب لك، ستحصلون على علاقة
	3	و تحقق أحلامك التي طالما حلمت بها منذ الطفولة
لماذا	1	العبارة الخبز ليست عربية
	2	إننا لا نتشاجر وإن فعل أي شيء لقد كفنا عن حب بعضنا البعض
	3	لقد أصبح زوجنا أمسا لقد تملأ الملل و الرتابة إلى زوجنا لقد فقد زوجنا كل معاني الإثارة
لماذا	1	لتشبيه بلع يوهل الصغنى أفضل
	2	غير أنك ستجد نفسك مضطرا إلى مواجهة الحقائق
	3	عاجلا أم أجلا سواء الآن أو بعد حين قريبا أو لاحقا
لماذا	1	أفضل من أجل السموات مع
	2	أعرف أن بعضكم
	3	المعثر على شريك الحياة من أجل علاقة تنوع بالزواج ليس سهلا كأي لعبة على الإطلاق
لماذا	1	تخرج عن العلاقة والتراث العريق و تعكس الفكرة أفضل
	2	ولكن لو ألقينا نظرة من قرب نحو كثير من التوجهات المطلوبة للنمو و
	3	البحر الميت

2	البحر الميت في الأردن	تحقيق الذات، فإننا سوف نجد في ليها أو جوهرها التمرکز حول الذات. ولكن يوجد في مركز الذات القليل من الأمان و التوجيه و الحكمة و القوة لأنه مثل الذي يأخذ و لكنه لا يعطي و يصبح بذلك راكدا
3	البحر الميت في اسرائيل	
15	① نصاب ساعات العمل ② المتطلبات المادية (8 ساعات في خمسة أيام)	لماذا هنا عبارة حياوية - تذكر الدول - الصهيونية و العربية . إنك تتعلم حين تصمت، كما أنك تعطى من يعمل معك العجيس المعجيب، إنك تبث فيهم الولاء الذي يتجاوز كثيرا
16	1 هل هذا الأسبوع؟ إلى أي برج تنتمي؟ هل ترى كل هذه الامطار الغزيرة؟ هل إطلعت على المجلة ② اضاعة الوقت في السؤال عن آخر المستجدات الاجتماعية و السياسية و أحوال الطقس 3 ما هو برجك؟ الجو شديد الحرارة أليس كذلك؟ هل قرأت العدد الاخير من المجلة؟	لماذا كلمة نهبايا تعكس الحد الذي يعني تحقيق النفع لقاء التعارف ببساطة من أكثر الطرق العشوائية و الغير منتجة فعادة تأخذ الحوارات أشكالا مثل :
17	① و هو دعاء للتخلص هذا الإدمان 2 المتضرعين الملهوفين	لماذا لا أحب الكلام على الـ بلع أصرمخل بالدين و يعكس تفكيرنا . و بهذه الطريقة فإننا لا نعطي هذه المشاكل القوة لتسيطر علينا و نشرب بالروح التي تليثت من دعاء إلهي هبني الشجاعة لاغير من الأشياء التي يجب أن تتغيرو السكنية لأهل الأشياء التي لا يمكن تغييرها.
18	1 أثنوس (و يعني إخلاص و سلطة المتحدث) و الباثوس (يعنى استعطاف الجمهور) و لوغوس (و يعني المنطق الحقائق التي تدعم حجة المتحدث ② استعطاف الجمهور و المنطق سلطة المتحدث	لماذا العبارة - صليت أفضل . تلك أفضل من الترجمة البديلة لقد كان لقنماء الإغريق فلسفة رائعة تضمنتها ثلاث كلمات مرتبة في تتابع منهجي و هي و أزع أن تلك الكلمات تحتوي على جوهر مبدأ السعي أولا للفهم و تقديم صورة مؤثرة
19	① من يبكي بعد خراب مالطا 2 كما حدث على عدم جدوى الاهتمام بتنظيم الكراسي و المقاعد على ظهر سفينة أو شكت على الفرق ظهر سفينة تيتانيك العظيمة و هي تفرق 3 عدم جدوى الاهتمام بتنظيم الكراسي و المقاعد على ظهر سفينة أو شكت على الفرق	لماذا لش ففهل معنى العبارة الثانية تكفي إن الإدارة دون القيادة المؤثرة هي أقرب ما تكون إلى و إن تستطيع الإدارة الناجحة أن تموض فشل القيادة و يعود سبب صعوبة القيادة إلى أننا ننحرف بها و ننغمس في تصور ذهني للإدارة
20	1 بإمكانك الرجوع إلى المنزل مرة أخرى - (و ذلك على عكس رواية التي بعنوان لا يمكنك العودة الى المنزل) - اذا كان منزلك عبارة عن علاقة ثمينة و صحية غالية ② فانت ستحب العودة الى المنزل ما دام ينتظرك فيه اناس ليربطك بهم علاقة قوية و متينة	لماذا العبارة - (ولي) تختلج حادنة مالطا . و شعرنا بأن أساس استمرار حينا هو أن نتحدث و خاصة عن المشاعر و إن نحاول التحدث مع بعضنا البعض كل يوم حتى و إن كنت على سفر لأن ذلك هو أساس السعادة و الأمان التي ستعم أرجاء المنزل
21	1 لأن محبتي ليسوع 2 لأن إيماني و اعتقادي ③ لأن محبتي لله	لماذا السلوب أخفيق و صهذب يعكس حب الـ سخا لها و العود صالى البيت . اسعى لأن أكون خيرا كجار ستظهر في سلوكياتي تجاه الآخرين
22	1 ليس هدفة الحصول على جسدي فقط ② ليس هدفة من الزواج الجانب الحسى فقط	لماذا محبتي ليسوع فكرة سيديحة على عكس ايماننا و اعتقادنا . انا أستحق الزوج المناسب الذي سيكمل عمره معي، و نعيش معا في تجربة جميلة. و يتعرف على شخصيتي و يكمل بعضنا البعض و
		لماذا الحصول على الجسد أفضل و - كن عويبة و تجر جنبي الثانية أفضل

Bibliographie

Bibliographie

- Abdelhamid, S. (2002). *Pour une approche sociolinguistique de l'apprentissage de la prononciation du français langue étrangère chez les étudiants du département de français, thèse de doctorat*. Batna: Université de Batna.
- Adam, J.-M. (2001). *Types de textes ou genres de discours ?* Lausanne: Université de Lausanne.
- Aïssani, A. (2000). *L'enseignement de la traduction en Algérie*. Montréal: Meta 453; Les Presses de l'Université de Montréal.
- Antoine, G., & Frei, H. (1931). *La Grammaire des Fautes*. Paris: Revue belge de philologie et d'histoire.
- Ashraf, M., & Miannay, D. (1999). *Dictionnaire des expressions idiomatiques françaises*. Paris: Librairie Générale Française Livre de Poche.
- Bennett, A. (2016). *Comment vivre avec 24 heures par jour*. Paris: Broché.
- Bernicot, J., Trognon, A., Musiol, M., & Guidetti, M. (2002). *Pragmatique et*. Nancy: Presses Universitaires de Nancy.
- Besse, H., & Porquier, R. (1991). *Grammaire et didactique des langues*. Tunis: CREDIF, HATIER/Didier.
- Blanchet, P. (2000). *La linguistique de terrain Méthode et Théorie Une approche ethno-sociolinguistique*. Rennes: PUR.
- Caillies, S. (2009). *Descriptions de 300 expressions idiomatiques : Familiarité connaissance de leur signification, plausibilité littérale, décomposabilité et prédictibilité*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Calvet, J. L. (2013). *La sociolinguistique, Que sais-je?* Paris: PUF.
- Campenhoudt, L. V. (2014). *Comment la lecture d'ouvrages de développement personnel devient action sur soi-même*. Paris: Presses universitaires de France.
- Carnegie, D. (2014). *Comment Se Faire des Amis et Influencer les Autres*. Paris: Édition Broché.
- CARY, E., JUMPELT, R., & Rudolf Walter, W. (1959). *La Qualité en matière de traduction*. Bad Godesberg: Actes du 3e Congrès de la Fédération internationale des traducteurs F.I.T.
- Champagne, M., Seendy, J.-L., & Joannette, Y. (2006, April 25). Effet du vieillissement sur le traitement du langage non-littéral. *La Revue canadienne du vieillissement*, pp. 55-64.
- Chantereau, S., & Rey, A. (2006). *Dictionnaire des expressions et locutions*. Paris: Le Robert.

- Claude, A. J. (2000). Parole proverbiale et structures métriques. Dans A. J. Claude, *Langages* (. 6-26). Paris: Larousse .
- Coelho, P. (2010). *L'Alchimiste*. Paris: Flammarion.
- Dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. (1994). Paris: Larousse.
- Dictionnaire Larousse en ligne*. (2021, Mars 23). Récupéré sur <https://www.webdictionnaire.fr/2021>;
- Dumont, P., & Calvet, J. (1999). *L'enquête sociolinguistique*. Paris: L'Harmattan, .
- Duneton, C., & Claval, S. (1990). *Le bouquet des expressions imagées, Encyclopédie thématique des locutions figurées de la langue française*. Paris: Seuil.
- ECO, U. (2007). *Dire presque la même chose Expériences de traduction*. Paris: Grasset.
- El Foul, L. (1996). *Traduction et enseignement des langues; Cahiers de traduction*. Alger: Université d'Alger.
- GUIDÈRE, M. (2016). *Introduction à la traductologie, 3ème édition; De Boeck Supérieur*. Bruxelles: Bibliothèque royale de Belgique.
- Jacquemond, R. (2016). *Les flux de traduction entre le français et l'arabe depuis les années 1980*. Paris: CNRS Editions.
- Jakobson, R. (1963). *Linguistique et poétique, Essais de linguistique générale*. Paris: Minuit.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (2016). *Les actes de langage dans le discours - Théorie et fonctionnement: Théorie et fonctionnement*. Malakoff (Hauts-de-Seine): Armand Colin.
- Kleiber, G. (2000). Sur le sens des proverbes, 39-58.
- Labov, W. (1976). *Sociolinguistique*. Paris: Ed. de Minuit.
- Ladmiral, J. R. (1994). *Traduire: théorèmes pour la traduction*. Paris: Gallimard.
- Le Nouveau Petit Robert de la langue française*. (2008). Paris: Dictionnaires Le Robert-SEJER.
- Le Robert, dictionnaire de français*. (2016). Paris: Robert.
- M, T. (2002, 10 03). Les impératifs d'une refonte de l'école algérienne. *Le Quotidien d'Oran*, . 12.
- Marquer, P. (2005). *L'organisation du lexique mental: des contraires aux expressions*. Paris: l'Harmattan.
- Massimiliano, M. (2007). *La traduction, Théories, Instruments, Pratiques*. Milan: Sironi.
- Michel, A. (2004). *La Sagesse de l'ethnologue*. Paris: L'Œil neuf.
- Montreunaud, F., Pierron, A., & Suzzoni, F. (2006). *Dictionnaire des proverbes et des dictons*. Paris : Dictionnaire et encyclopédie (poche), Le Robert.

- MOUNIN, G. (1963). *Les problèmes théoriques de la traduction*. Paris: Gallimard.
- Perdue, C. (1980). *L'Analyse des erreurs : Un bilan Pratique*. Paris: Larousse.
- PICOCHÉ, J. (2011). *Lexique et vocabulaire : quelques principes d'enseignement à l'école*. EDUSCOL.
- Raková, Z. (2014). *Les théories de la traduction*. Brno: Université Massar .
- Redouane, J. (1985). *La traductologie*. Alger: OPU.
- Renotte, G. (2004). *Etude sur Paulo Coelho : L'Alchimiste*. Paris: Ellipses.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2010). *Intelligence artificielle, une nouvelle approche*. Pearson: Pearson Education France.
- Sandfeld, K. (1912). *Notes sur les calques linguistiques*. Paris: Thomsen.
- Schapira, C. (1999). *Les stéréotypes en Français : proverbes et autres formules*. Paris: Ophrys.
- Schapira, C. (2000). Proverbe, proverbialisation et déproverbialisation. *Langages*, 81-97.
- SEBAA, R. (1999). *L'Algérie et la langue française ; un imaginaire linguistique en actes*. Oran: Revue maghrébine du livre.
- SPROVÁ, M. (1995). *La traduction, confrontation de deux expériences cognitives*. Boston: In Intellectica.
- Steuckardt, A. (2012). *Les emprunts du français aux langues germaniques. Parcours diachronique; Cercle linguistique d'Aix-en-Provence*. Aix-en-Provence: Université de Provence.
- Vinay, J., & Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Montréal: Beau chemin.
- Winkler, M. (1987). *Comment Sauver Sa Peau En Toutes Circonstances*. Paris: Éditions Alain Moreau.

Résumé

Les lecteurs arabes sont ouverts aux cultures étrangères. Ils sont devenus plus intéressés par la lecture de livres traduits dans le contexte du développement personnel et professionnel. Ce type d'écriture est chargé d'expression idiomatique et d'expressions liées à la culture qui doivent être soigneusement traduites en arabe. Cette étude vise à déterminer quelles stratégies de traduction sont les plus adaptées pour les lecteurs : stratégies de la domestication et l'étrangéisation. La motivation personnelle de cette recherche est notre intérêt pour le développement personnel. En effet, il est important que ce type d'écriture garde son essence d'idées après la traduction. Le corpus de l'étude est basé sur l'œuvre traduite en arabe et en français de L'Alchimiste de Paulo Coelho. Suivant la représentation schématique de la recherche-action, cette thèse comprend des méthodes qualitatives mises en œuvre dans l'analyse des résultats de l'étude et une enquête quantitative. Le questionnaire de l'enquête a été élaboré sur la base d'une observation de données recueillies dans les deux traductions du livre. Les résultats montrent que les stratégies de traduction domestiquées sont plus acceptables pour les lecteurs arabes. De plus, les lecteurs arabes se soucient davantage du message de base et apprécient les idiomes traduits et les expressions culturelles utilisant des équivalents arabes, bien que la traduction littérale et la suppression aient acquis des préférences mineures.

ملخص

لقد أصبح القراء العرب مهتمين بالثقافة الأجنبية وبقراءة الكتب المترجمة في ميدان التنمية الذاتية ، هذا النوع من الكتب مليء بالعبارات ذات صلة بالثقافة الأجنبية التي يجب ترجمتها بعناية إلى اللغة العربية ، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استراتيجيات الترجمة الأنسب للقارئ العربي استراتيجيات التوطين والتغريب من المهم أن يحتفظ هذا النوع من الكتب بجوهر الأفكار بعد الترجمة، يتمحور هذا البحث حول كتاب الخيميائي لباولو كويلو المترجم إلى اللغتين العربية والفرنسية التي على أساسها يتم تحليل وملاحظة البيانات التي تم جمعها في الترجمات لكتاب الخيميائي وتحليلها بفضل التحقيق الموجه للطلبة السنة الأولى آداب عربي . تظهر النتائج أن استراتيجيات الترجمة بالتوطين أكثر قبولا للقراء العرب، وكذلك يهتم القارئ العربي بفهم الرسالة الأساسية وترجمتها باستخدام ما يقابلها من مصطلحات في اللغة العربية.