

La traduction automatique à l'épreuve du texte touristique promotionnel

IDIR Nacéra

Université de Tizi-Ouzou

Résumé

Dans la présente étude, nous nous proposons d'évaluer la qualité de la traduction automatique en arabe d'un texte touristique promotionnel. Pour ce faire, nous analyserons la traduction automatique d'un extrait d'un dépliant touristique faite par Google traduction. Nous y relèverons tout d'abord les éventuelles erreurs, et les classifions ensuite selon une typologie qui tient compte des différents niveaux d'analyse. Aux erreurs relevées, nous proposerons enfin des corrections en contexte à même de rendre la traduction automatique en question fidèle au sens du texte source, lisible, livrable, ou diffusable.

Introduction

Depuis la révolution informatique, et l'avènement de la traduction automatique, ont lieu sans cesse des débats parfois houleux sur la primauté de la traduction humaine sur la traduction automatique ou *vice versa*. Les messages publicitaires ayant accompagné les premiers programmes de traduction automatique sur le marché mondial de la traduction ont laissé croire à certains, par méconnaissance de la traduction, et des contraintes intrinsèques à la pratique de celle-ci, que l'avenir professionnel des traducteurs humains était menacé, et que ceux-ci risquaient de se voir remplacés par l'ordinateur dans l'accomplissement des tâches traductives.

Force est de souligner que la traduction automatique existe réellement et enregistre, depuis son apparition, de notables progrès à plus d'un titre : le nombre de programmes mis au point, le volume des textes à traduire, le nombre de langues

pouvant être prises en charge, etc. Bon nombre d'utilisateurs, notamment non avertis ou novices, pensent que l'ordinateur peut tout faire et beaucoup plus rapidement que l'homme. Or, tout n'est pas traduisible par la machine ! En tout cas, pas si bien pour que le résultat puisse être utilisé, livré ou diffusé tel quel sans l'intervention d'un traducteur humain.

En partant de ce postulat, et pour vérifier notre hypothèse de travail, nous mettons dans la présente étude la traduction automatique à l'épreuve d'un texte touristique promotionnel. L'objectif étant d'en évaluer le résultat pour voir à quel point ce genre de traduction pourrait répondre à un besoin urgent et incessant dans le secteur du tourisme, désormais prometteur et porteur pour une économie en quête de nouvelles ressources.

1. Traduction humaine et traduction automatique : définition et comparaison

La notion de *traduction* ne date pas d'aujourd'hui, et les tentatives de lui donner une définition qui serait à la fois correcte et pertinente sont nombreuses et distinctes. Cependant, la plupart d'entre elles ont mené à une description de la traduction plutôt qu'à une définition digne de ce nom, ce qui montre à quel point est difficile et complexe l'opération de traduction. Si difficile et complexe d'ailleurs que Jean-René LADMIRAL, dans sa définition comme « *une activité humaine universelle rendue nécessaire à toutes les époques et dans toutes les parties du Globe* » (1979 : 28), la réserve exclusivement à l'homme, à lui seul. De par ses capacités de compréhension, d'adaptation et de créativité, le traducteur humain sera capable d'envisager la traduction comme une opération qui, selon George MOUNIN, « *consiste à produire dans la langue d'arrivée l'équivalent naturel le plus proche du message de la langue de départ, d'abord quant à la*

signification puis quant au style» (1963 : 12). Il privilégiera ainsi la transmission du sens du texte source dans le texte cible.

Pourtant, depuis les premiers travaux sur l'intelligence artificielle et le traitement automatique des langues naturelles (TALN), le mot *Traducteur* ne renvoie plus uniquement à l'homme exerçant la traduction, mais aussi au programme informatique faisant de la traduction automatique. Celle-ci est définie par Frédérique LAB (1988:165-166) comme étant : « *un système informatique qui a :*

- *pour entrée un texte "t1", ou texte source écrit dans une langue "L1" ou langue d'origine, et n'ayant pas subi d'aménagements spéciaux préalables au traitement automatique qu'il va subir,*

- *pour sortie un texte "t2" ou texte traduit écrit dans une langue "L2" ou langue cible, tel qu'il n'ait pas à subir de transformations pour être reconnu par les utilisateurs comme une traduction du texte t1 ».*

En termes plus simples, c'est la traduction d'un texte faite entièrement par un ou plusieurs programmes informatiques de traduction sans intervention humaine aucune ni sur le texte source, ni sur la traduction de celui-ci. Cette définition met donc la traduction automatique au même pied d'égalité que la traduction humaine, et lui assigne des objectifs qu'elle peine encore à atteindre. A ce jour, aucun système de traduction automatique ne fournit en sortie une traduction du texte de départ pouvant être utilisée sans être révisée et éditée au préalable par un traducteur humain.

Cependant, la traduction automatique est utilisée de manière effective il y a un demi-siècle déjà, et un nombre très important de systèmes et programmes en ligne et/ou hors ligne sont

disponibles, s'adressant à différents types d'utilisateurs, et fonctionnant différemment. Ces systèmes se basent sur soit des règles linguistiques (systèmes à base de règles), soit des statistiques (systèmes de traduction automatique statistiques), soit les deux à la fois (systèmes hybrides). En combinant les avantages des deux premiers types, les systèmes hybrides permettent une traduction de qualité meilleure, mais qui ne saurait égaler, pour le moment, celle de la traduction humaine.

En effet, malgré les nombreux avantages que présente la traduction automatique, tels que la rapidité, l'accessibilité, la faiblesse des coûts, la confidentialité, l'objectivité, l'homogénéité, et l'universalité, la qualité des résultats de celle-ci laisse encore à désirer dans la majorité des cas. Cela est dû essentiellement au principe erroné sur lequel reposent presque tous les systèmes de traduction automatique, et selon lequel la traduction est réduite à une simple opération de transcodage, et la langue à une nomenclature de termes. Or, la traduction n'est en aucun cas un travail sur la langue, sur les mots, mais un travail sur le message, sur le sens (HERBULOT, 2004 :307)...Un aspect que la machine n'arrive pas encore à maîtriser. Le traducteur humain, quant à lui, connaît non seulement les langues de travail de sorte à ce qu'il puisse tenir compte des finesses grammaticales et lexicales ou reconnaître des éventuels jeux de mots, mais aussi et surtout les contextes de communication, il tient compte du sens général du texte de départ, de l'intention de l'auteur et de son style rédactionnel et pourra les adapter au mieux dans la langue cible et à la culture en question.

C'est bien évidemment dans l'optique de voir à quel point la traduction automatique pourrait prendre en charge de telles tâches, auparavant réservées à l'homme, que nous nous

intéressons à l'évaluation de la qualité des résultats de celle-ci face à un texte touristique promotionnel.

2. Méthodologie de la recherche

Dans l'objectif de dresser une présentation claire et logique de notre problématique, nous adoptons ci-après la méthode de l'analyse d'une traduction automatique. Il s'agira bien entendu d'une étude analytique de la traduction faite par *Google* en arabe d'un document authentique rédigé en français et relevant du domaine du tourisme. L'accent y sera mis sur la manière dont seront traduites les spécificités du document en question, mais aussi et surtout sur la typologie des erreurs de traduction. Le choix d'une telle approche est attribuable à son utilité avérée pour l'avancement de la traduction, tant au sens humain qu'informatique.

En effet, « *avec l'avènement de la linguistique de corpus et du traitement automatique des données, il est possible aujourd'hui de recueillir bon nombre de productions réelles d'un traducteur donné pour les analyser afin de comprendre autant le traducteur lui-même que l'exercice de la traduction* ». (CHIDI, 2005 : 1). Enfin, une post-édition de la traduction automatique objet d'étude sera proposée par nous-mêmes à la suite de l'analyse.

3. Thématique, choix et caractéristiques du texte à traduire

Dans l'optique d'être proche de l'actualité de notre pays (l'Algérie), et de s'inscrire dans les nouvelles tendances économiques de celui-ci, le corpus que nous avons choisi pour analyse relève d'un secteur qui y est relativement nouveau ou peu exploré tant du point de vue économique que linguistique. Il s'agit du tourisme.

A l'heure actuelle, la promotion des potentialités touristiques naturelles et culturelles inestimables de notre pays constitue l'une des principales forces de frappe de l'économie algérienne. Elle doit consister essentiellement à présenter, faire connaître et mettre en valeur le produit touristique dans sa forme la plus représentative et la plus significative possible en vue de sa commercialisation la plus large. Il va sans dire que les consommateurs à cibler sont forcément hétérogènes tant en matière de besoins touristiques qu'en matière de spécificités et de catégories culturelles et linguistiques. Autrement dit, on ne s'adresse pas à tous les clients de la même façon, et surtout pas dans la même langue.

C'est pourquoi l'offre d'un produit touristique appelle inévitablement le déploiement d'un savoir faire adéquat, mais aussi et surtout un travail de communication multilingue en direction d'éventuels touristes. Le caractère multilingue que doit avoir cette communication confère à la traduction en plusieurs langues d'une documentation sur le potentiel du tourisme algérien (brochures, catalogues, dépliants, guides et sites internet) une place importante dans le processus de promotion et de commercialisation des produits touristiques. Une place presque inoccupée pour le moment puisque l'état des lieux de la communication touristique en Algérie révèle le caractère quasi unilingue et majoritairement francophone de celle-ci.

Conséquence : tout touriste non francophone, ne lisant pas ou ne comprenant pas le français est privé de l'information *ad hoc* pour voyager en Algérie, et pourrait se voir, par souci de rapidité et de réduction des coûts, recourir à la traduction automatique de celle-ci vers la langue qu'il comprend le mieux.

Quelle qualité de traduction obtiendrait-il ?, et à quel point la traduction automatique pourrait-elle prendre en charge une telle demande, et combler ainsi une lacune de la version recherchée que satisfait en revanche l'édition française? sont, à notre sens, des questions fondamentales et méritent réflexion.

Pour y répondre, nous avons choisi de faire traduire en arabe un texte touristique rédigé en français par l'outil de traduction automatique *Google traduction*, et d'en faire l'analyse. Il s'agit plus précisément d'un extrait d'un dépliant touristique consacré au Sahara d'Algérie¹. Un choix qui n'est aucunement fortuit, mais plutôt réfléchi et assignable à son appartenance, aux côtés des publicités et des catalogues d'agences de voyage, aux écrits touristiques promotionnels, objet de notre étude, ainsi qu'à sa représentativité des contraintes de rédaction et de traduction auxquelles obéit ce genre d'écrits. Ruggero DRUETTA souligne à ce titre que « *les textes touristiques promotionnels cherchent avant tout à installer une connivence entre le destinataire et l'énonciateur. Pour cela, ils utilisent de préférence le langage de ceux à qui ils s'adressent et emploient un code culturel commun. Ces écrits, proches de l'oralité, sont généralement faciles à comprendre. Cependant, Il arrive que leur inscription dans une forme littéraire soit très forte* » (2007 : 04).

Il en découle que les textes des dépliants touristiques s'insèrent naturellement dans le schéma de la communication dite *touristique* du fait de la présence d'un destinataire (professionnels de la communication), d'un destinataire (touristes potentiels), d'une intentionnalité (faire connaître un

¹. Extrait d'un dépliant touristique:
(<http://barikafle.superforum.fr/t1477-fiches-pedagogiques-du-projet-3-sequence-1> (consulté le 30/04/2016).

endroit particulier et ses prestations afin d'y attirer une éventuelle clientèle), et ce, en se servant d'une structure et d'un langage adaptés (textes brefs, cohérents, proches de l'oral, et faciles à comprendre). Pour atteindre son objectif qui est de l'ordre du *faire agir* le client potentiel, le rédacteur de dépliants exploite à des degrés différents tous les genres textuels : le narratif, le descriptif, l'explicatif, l'argumentatif, et l'injonctif. Ainsi, la fonction, les caractéristiques d'organisation, et les caractéristiques lexicales et grammaticales générales varient selon le genre choisi.

Si l'on observe le texte à traduire dans la présente étude, on se rendra compte qu'il s'inscrit dans le genre descriptif à travers lequel l'auteur, avec une intention argumentative, dresse une magnifique image du Grand Sahara d'Algérie. Pour susciter le mystère, éveiller l'imagination des touristes potentiels et motiver leur désir d'aller à la découverte de cette région, l'auteur a employé des mots accrocheurs et imagés qui font rêver et s'est servi d'un nombre important d'adjectifs qualificatifs qui exaltent la grandeur et la beauté de celle-ci. Aussi, pour condenser un maximum de ses caractéristiques dans un minimum de mots, et avoir un effet rapide et télégraphique sur le récepteur, il a utilisé un langage synthétique se traduisant par l'abondance de groupes nominaux. A cela s'ajoute l'usage du pronom personnel *Vous* et le verbe à la forme impérative dans la perspective d'interpeller le récepteur et le convaincre de la véracité de ce qui est énoncé dans le texte de manière cohésive et cohérente, ce qui a fortement consolidé la composante esthétique de celui-ci permettant ainsi la simplicité, la clarté, et l'efficacité du message.

4. Analyse de la traduction automatique du corpus

Nous procédons à présent à l'analyse du résultat fourni pour notre texte par *Google traduction*, l'outil de traduction automatique le plus connu et utilisé au monde. Il va sans dire que cette analyse portera sur l'ensemble du texte, et mettra l'accent plus particulièrement sur la restitution du sens exprimé par celui-ci et le respect de ses caractéristiques précitées.

Pour être claire et pratique, nous dresserons un tableau à deux colonnes comportant respectivement le segment source en français (SS), et la traduction automatique de celui-ci en arabe (TA). Par *segment*, nous entendons chacune des huit phrases constituant notre texte. La phrase est ici définie au sens très large : une suite de mots ordonnés qui a un sens. Elle commence par une majuscule et se termine par un point.

L'analyse, l'une après l'autre, des traductions pour ces segments sera suivie pour chacun d'eux d'une post-édition (PE) qui sera faite par nous-mêmes.

Segment n° 1

SS : Un voyage au bout du rêve	TA : رحلة إلى نهاية حلم
--	-----------------------------------

Bien que la TA soit littérale, et hormis l'erreur syntaxique commise au niveau du mot *حلم* qui devrait être défini comme dans le SS, et traduit par *الحلم* (avec l'article défini *أل*), le sens du segment en question est fidèlement restitué. La PE de la TA en question donnera à notre texte le titre suivant : "رحلة إلى نهاية
الحلم"

Segment n° 2

SS :	TA :
Arriver dans le Sahara, c'est débarquer sur une planète inconnue où la nature ne semble pas appartenir à la Terre : immensité grandiose, paysages féérique, havre de paix.	وصوله الى الصحراء، هي أراض على كوكب مجهول حيث لا يبدو طبيعة الانتماء إلى الأرض: ضخامة متكلفا، مناظر طبيعية ساحرة، ملاذ للسلام.

Nous relevons de la TA ci-dessus plusieurs erreurs de différents types, ce qui a provoqué une perte totale de sens. Nous en citons entre autres:

- l'absence de l'article défini *أل* dans le nom d'action *وصول* traduisant le verbe *arriver* mis dans le SS à l'infinitif pour désigner l'impersonnel (erreur syntaxique);
- l'ajout injustifié à ce même nom du pronom attaché *الهاء* car il ne renvoie à personne ni à rien dans le texte ;
- le désaccord entre le sujet masculin *الوصول* et le pronom personnel féminin *هي* qui renvoie à lui (erreur grammaticale);
- l'omission de traduire le verbe *débarquer* figurant dans le SS, et l'ajout injustifié du mot *أراض*
- l'ordre erroné des mots constituant le syntagme « ...où la nature ne semble pas appartenir à la Terre » (erreur stylistique);
- la traduction du syntagme nominal *immensité grandiose* par *ضخامة متكلفا* (erreur terminologique): étant donné le sens de ce syntagme dans le SS, à savoir la superficie grandiose du Sahara, nous jugeons correct de le traduire en arabe par *مساحة شاسعة الأبعاد*;
- Enfin, et pour conférer plus de véracité et de certitude à l'idée exprimée dans ce segment, nous jugeons pertinent de

commencer la phrase par l'auxiliaire *إنّ*. Et pour plus de précision terminologique, nous traduisons le mot *Terre* figurant dans le SS et écrit avec une majuscule pour signifier le nom de la planète *Terre* par l'ajout du mot *كوكب*.

Nous proposons ainsi de post-éditer l'intégralité du segment comme suit :

إنّ الوصول إلى الصحراء هو بمثابة الهبوط على كوكب مجهول حيث الطبيعة تبدو وكأنها لا تنتمي إلى كوكب الأرض: مساحة شاسعة الأبعاد، مناظر طبيعية خلابة، وملاذ للسلام.

Segment n°3

SS :	TA :
L'unité du Sahara est due à la sécheresse extrême du climat qui rend les cultures impossibles en dehors des oasis qui ressemblent à des coins de paradis.	وحدة الصحراء يرجع إلى جفاف الشديد للمناخ مما يجعل من المستحيل الثقافات خارج الواحة التي تبدو وكأنها قطعة من الجنة.

De la TA ci-dessus, nous relevons:

- le désaccord entre le sujet féminin *وحدة الصحراء* et le verbe *يرجع* conjugué à la troisième personne du singulier masculin (erreur grammaticale) ;
- l'absence de l'article défini *أل* dans le mot *جفاف* car défini par l'annexion (erreur syntaxique);
- l'utilisation de deux termes inappropriés car appartenant à d'autres domaines (erreur terminologique). Il s'agit de la traduction du terme *cultures* appartenant au domaine de l'agriculture par *ثقافات* qui lui, appartient au domaine de la culture, et de la traduction de *coins* appartenant au domaine de la géographie et désignant des lieux ou endroits par *قطعة* qui lui, appartient à la langue générale et peut signifier n'importe quelle partie d'un tout.

- la traduction de mots mis au pluriel par des mots au singulier (erreur grammaticale). Il s'agit de la traduction du mot *oasis* au pluriel par الواحة et non الواحات, et de la traduction du mot *coins* au pluriel par قطعة au singulier et non زوايا ou ربوع. Bien que possible dans le domaine de la traduction, un tel choix fausserait le sens et laisserait croire qu'il n'existe au Sahara qu'une seule oasis, et qu'il n'existe au paradis qu'un seul coin.

Sur ce, nous proposons de post-éditer ce segment comme suit:

ومرد وحدة الصحراء إلى جفاف المناخ الشديد الذي يجعل الزراعة فيها مستحيلة
خارج الواحات التي تبدو وكأنها روض من رياض الجنة.

Segment n°4

SS :	TA:
Vous pourrez les admirer (les oasis) et vous aurez à apprécier leur calme bienfaisant et leur fraîcheur agréable.	يمكنك معجب بها وسوف نقدر لك الهدوء على نحو مفيد ونضارة ممتعة.

Malgré le rôle très important que joue ce segment du texte dans la séduction et la motivation des clients potentiels pour visiter le Sahara, en ce sens qu'il s'adresse directement à ceux-ci à travers l'utilisation du pronom personnel pluriel sujet *Vous*, il y a lieu de remarquer que la TA ne l'a pas restitué correctement. En effet, les erreurs suivantes ont pu y être relevées:

- la traduction en arabe du pronom *vous* utilisé à deux reprises dans le SS par le pronom personnel singulier sujet أَنْتَ dans l'une d'elles, et par le pronom personnel pluriel sujet نحن dans l'autre (erreur grammaticale). Si أنت, bien qu'il implique une seule personne, pourrait être accepté en arabe, نحن quant à lui, n'a pas du tout de rôle à jouer dans l'expression du sens voulu dans le SS, et ne soutient en aucun cas la fonction de celui-ci ;

- la formulation du syntagme *معجب بها* (adjectif + préposition). Ce dernier devrait être formulé par l'auxiliaire *أن* plus un verbe *أن تعجب بها* car suit un autre verbe (erreur syntaxique);
- la traduction en arabe du verbe *apprécier* signifiant aimer par *قدّر*, de l'adjectif *bienfaisant* signifiant détendant par *مفيد*, et du syntagme nominal *fraicheur agréable* signifiant froid bienfaisant *par نضارة ممتعة* (erreur terminologique) ;
- l'ajout injustifié du syntagme prépositionnel (*على نحو* (شبه الجملة)) et l'absence de l'article défini *أل* au niveau de l'adjectif qualificatif *مفيدة* (erreur syntaxique), ainsi que l'omission de traduire le déterminant possessif *leur* dans les deux syntagmes *leur calme* et *leur fraîcheur*.

Autant d'erreurs et d'autres encore d'ordre stylistique affectant la cohérence du segment et provoquant la perte totale de sens. Nous jugeons d'ailleurs que c'est un segment qui nécessite d'être non pas post-édité, mais carrément retraduit comme suit:

ستعجبون بها أيما إعجاب، كما ستهدأون لسكونها المهييب وتستمتعون
بنسيمها المنعش.

Segment n° 5

SS :	TA :
Les reliefs du Sahara présentent des aspects variés : on y trouve les massifs montagneux du Hoggar et du Tibesti au centre et à l'est et les dunes du Grand Erg, au nord.	النقوش الصحراء الحالية جرانب مختلفة: هناك جبال الهقار وتيبستي الوسط والشرق والكتبان الرملية للعرق الكبرى، الشمال.

Dans la TA ci-dessus, il est question de plusieurs types d'erreurs, nous y repérons:

- l'utilisation de termes inappropriés lors de la traduction (erreur terminologique) : Il s'agit de la traduction du terme

reliefs appartenant au domaine de la géographie par نقوش qui lui, appartient au domaine de l'art, et la traduction erronée du toponyme *Grand Erg* par عرق الكبرى.

- la traduction du verbe *Présenter* conjugué à la troisième personne du pluriel par l'adjectif الحالية (erreur de sens).

La rétro-traduction de ce dernier est *actuels* ou *présents* et non *présentent*. Il semble donc que le traducteur automatique a confondu le verbe *présenter* avec l'adjectif *présents*, ce qui a engendré une perte totale de sens.

- l'omission de la préposition arabe (harf al jarr) في dans les syntagmes prépositionnels في الوسط, في الشرق, et في الشمال pour traduire respectivement les compléments circonstanciels de lieu *au centre*, *à l'est*, et *au nord*.

En guise de post-édition de ce segment, nous proposons ce qui suit :

ولتضاريس الصحراء أشكال متنوعة، فمنها جبال الهقار وتيبستي المرساة في الوسط والشرق، والكتبان الرملية للعرق الكبير المبسوطة في الشمال.

Segment n° 6

SS :	TA :
Tam, c'est ce paysage lunaire, immense, privé d'arbres et bordé de pics aigus étranges.	تام، هو هذا سطح القمر، ضخمة، شجرة خاصة مبطنة، وقمم حادة غريبة.

De la TA ci-dessus, nous relevons trois erreurs de types différents, à savoir:

- le désaccord entre le sujet féminin تمنراست et le pronom personnel masculin هو qui renvoie à lui (erreur grammaticale) ;

- la traduction du syntagme nominal *paysage lunaire* signifiant un paysage désertique par سطح القمر (erreur terminologique). La

rétro-traduction de ce dernier est *la surface de la lune* et non pas *lunaire*.

- une erreur de sens consistant en la perte totale du sens véhiculé par le syntagme *privé d'arbres et bordé de pics*, ce qui a donné lieu à une traduction arabe complètement erronée et insensée.

En remédiant aux erreurs précitées, le présent segment pourrait être pos-édité comme suit :

وتمنراست، هي ذلك المنظر الصحراوي، عالم شاسع، خال من الأشجار وتحيط به
قمم جبلية حادة غريبة.

Segment n°7

SS :	TA :
C'est le charme des Touaregs, longues silhouettes bleues ; c'est aussi l'extraordinaire fantasia : danses, chants et courses de méharis.	هذا هو سحر الطوارق، الظلية زرقاء طويلة، بل هو أيضا فانتازيا غير عادية: الرقصات، الأغاني وméharis السباق.

De la TA de ce segment, nous relevons plusieurs erreurs de différents types. Nous en citons les suivantes

- le désaccord à deux reprises entre le sujet féminin *تمنراست* et le pronom personnel masculin *هو* qui renvoie à lui (erreur grammaticale);

- deux erreurs terminologiques : l'une se situe au niveau du choix inapproprié du mot *الظلية* pour traduire le mot *silhouettes* signifiant l'allure des habitants de la ville de Tamanrasset, et l'autre au niveau de la traduction du terme *courses de méharis* désignant les traditionnelles courses de dromadaires très populaires dans le sud d'Algérie par *السباق méharis*. En fait, la non traduction en arabe du mot *méharis* et la transcription de celui-ci en lettres latines montrent que le traducteur

automatique ne l'a pas du tout reconnu. Par conséquent, il ne l'a pas traduit ;

- l'absence de l'article défini *أل* dans le mot *فانتازيا* (erreur syntaxique). En effet, ce dernier devrait être défini comme dans le SS, et traduit par *الفانتازيا*. Ce faisant, l'adjectif *غير عادية* devrait avoir le même sort et porter lui aussi l'article défini *أل*.

La correction des erreurs relevées du segment donnerait lieu à la post-édition suivante:

وهي سحر الطوارق، الرجال الزرق والطوال، وأيضا الفانتازيا العجيبة: رقصات
وأغاني وسباقات المهاري.

Segment n°8

SS :	TA :
Allez à la découverte du grand Sahara avec ses charmes et ses merveilles, et surtout l'accueil chaleureux et l'hospitalité de ses citoyens !	انتقل إلى اكتشاف الصحراء كبير مع سحر وعجائب، وخصوصا مع حفاوة الاستقبال وكرم الضيافة من مواطنيها.

En vue de post-éditer la TA ci-dessus, nous y relevons et corrigeons les erreurs suivantes:

- la conjugaison du verbe *انتقل* à la deuxième personne du singulier *أنت* et non à la deuxième personne du pluriel *أنتم* (erreur grammaticale), et ce, dans l'objectif d'interpeller plus de visiteurs potentiels ;

- la traduction du toponyme *grand Sahara* par *الصحراء كبير* (erreur terminologique);

- l'omission de traduire le pronom possessif *ses* dans les deux syntagmes *ses charmes* et *ses merveilles*, ce qui a donné lieu à une erreur syntaxique dans la TA que reflète l'absence d'accord entre le *grand Sahara* et les deux mots *charmes* et

merveilles, traduits isolément comme s'ils n'étaient pas ceux du grand Sahara ;

- la traduction littérale en arabe de la préposition *avec* par مع (erreur stylistique). Il serait correct en arabe d'utiliser la préposition الباء (ب).

La correction de ces erreurs permettrait de post-éditer l'intégralité du segment comme suit :

هلموا لاكتشاف الصحراء الكبرى وتمتعوا بسحرها وعجائبها، وحلوا بسكانها
المضيفين والكرماء!

5. Résultats et recommandations

D'une manière générale, nous pouvons dire que les nombreuses erreurs que nous avons pu relever de notre analyse relèvent de différents types. Les plus récurrentes sont les erreurs d'ordre grammatical, terminologique, et stylistique. L'omission de traduire certains éléments du texte source et l'ajout injustifié d'autres ont également été enregistrés. Il va sans dire que la présence de telles erreurs dans la traduction automatique a affecté à des degrés variables le sens exprimé dans les différents segments du texte source. Des erreurs consistant en la perte partielle ou totale de sens ont d'ailleurs été repérées dans certains d'entre eux.

Pour répondre à notre problématique de recherche, l'évaluation qualitative du résultat de la traduction automatique de l'extrait objet d'étude dans son intégralité, notamment en ce qui concerne les critères préalablement fixés, révèle qu'à moins que l'objectif soit d'obtenir l'idée générale de l'extrait en question, le recours à *Google Traduction* pour traduire ce dernier n'est pas recommandé. La raison est simple ! Le sens n'y a pas été restitué, notamment dans certains segments dont la traduction était non compréhensible, voire illisible. Sur le

plan linguistique, le programme de TA mis à l'épreuve présente des limites considérables. En effet, bien que le contenu informatif et descriptif du texte source soit présenté avec simplicité et clarté, la traduction a été truffée de cas d'ambiguïté grammaticale et terminologique, et n'a pas tenu compte des spécificités, inhérentes au texte touristique promotionnel. A cela s'ajoute le non respect de la composante esthétique de ce genre de texte qui joue un rôle primordial dans l'efficacité du message.

En somme, notre hypothèse de travail a été confirmée : *Google Traduction*, bien qu'il ait fait preuve d'un certain niveau d'efficacité dans la traduction de plusieurs textes, notamment ceux à caractère répétitif et ayant été observés au préalable, est encore loin de pouvoir prendre en charge la traduction de textes touristiques promotionnels.

Sans avoir la prétention de pouvoir généraliser notre propos à l'ensemble des traducteurs automatiques, nous jugeons que quelques recommandations s'imposent. En premier lieu, il convient de rappeler que malgré les perspectives et avantages qu'offre la traduction automatique, l'ordinateur est loin de pouvoir remplacer l'homme dans l'opération traduisante. Il lui est d'un grand apport certes mais pas un substitut ou un concurrent, car l'expérience en général et l'analyse effectuée dans cette recherche en particulier montrent que l'économie de la révision par un traducteur humain bien averti ne peut en aucun cas être faite.

Néanmoins, le nombre et la gravité des erreurs commises par les programmes de traduction automatique ne doivent en aucun cas être une raison pour ne plus recourir aux services de ceux-ci. La traduction automatique fait partie des nouveaux outils d'aide à la traduction dont l'objectif essentiel est de faciliter au

traducteur humain ses tâches traductives. Pour augmenter sa productivité et améliorer la qualité de son travail, le traducteur devrait s'en servir et en tirer le meilleur profit qui soit en leur réservant un usage prudent et intelligent.

En vue de sensibiliser les traducteurs aux apports et limites de la traduction automatique, l'intégration dans leur formation de cours d'informatique et de traduction automatique serait judicieuse. Aussi, pour améliorer la qualité en traduction automatique, l'analyse qualitative et l'évaluation des résultats de celle-ci dans les différents domaines de spécialité ne pourraient qu'être profitable au processus de développement de ce type de traduction, car_ permettraient de détecter les dysfonctionnements, et d'orienter les recherches vers les façons d'y remédier efficacement. Pour cela, linguistes et informaticiens devraient conjuguer davantage leurs efforts pour pallier à la fois aux contraintes d'ordre technique et linguistique que présente la traduction automatique. Développer des programmes de traduction automatique par domaines de spécialité prendrait mieux en charge les spécificités terminologiques et stylistiques des textes à traduire, et rendrait par conséquent, leur traduction acceptable et utilisable.

Références

- CHIDI, N. 2005. «La traduction automatique par opposition à la théorie interprétative», *Translation Journal*, Vol. 9, N° 4, Octobre 2005, pp. 1-16.
- DRUETTA, R. 2007. «Types de communication et types de textes », Université de Turin, Faculté d'économie, http://www.francaisunivers.unito.it/documents/types_druetta.pdf] [consulté le 05/05/2016].
- HERBULOT, F. 2004. «La théorie interprétative ou théorie du sens: point de vue d'une praticienne», *Meta*, Vol.49, N° 2, pp. 307-315.
- LAB, F. 1988. « la traduction automatique », *Le bulletin de l'EPI*, N° 52, pp.165- 170.
- LADMIRAL, J-R. 1979. *Traduire: théorèmes pour la traduction*. Paris : Payot.
- MOUNIN, G. 1963. *Les problèmes théoriques de la traduction*. Paris : Gallimard.