Revue de Traduction et Langues Volume21 Numéro1/2022
Journal of Translation Languages مجلة الترجمة واللغات
ISSN (Print) : 1112-3974 EISSN (Online) : 2600-6235

L'intraduisibilité dans la traduction terminologique – un point de vue culturel

The Untranslatability in Terminological Translation – A Cultural Perspective

Zhang Lili
Université d'Orléans-France
lilizhang_chine@hotmail.com
Laboratoire Ligérien de Linguistique
0000- 0002-8231-3443
Cristnoi-Bursuc Antonia
Université Sorbonne Nouvelle-France
antonia.cristinoi-bursuc@sorbonne-nouvelle.fr
CLESTHIA – Langage, systèmes, discours – EA 7345
0000-0001-5122-984X

Comment cier cet article :
Zhang, L., & Cristinoi-Bursuc, A. (2022). L'intraduisibilité dans la traduction terminologique – un point de vue culturel. *Revue Traduction et Langues 21 (1),* 226-244.

Reçu : 25/05/2022 ; **Accepté** : 21/08/2022, **Publié :** 31/08/2022

L'auteur correspondant : Zhang Lili

Keywords

Terminological untranslatability; French Chinese terms in perfumery; Categorical and conceptual non-equivalence; Absence of total semantic equivalence; Cultural factors

Abstract

The article tackles the untranslatability of perfumery French terms into Chinese and discusses the cultural explanatory factors that influence it. The first part is devoted to the theoretical presentation, which first defines culture as all that is created and known materially and spiritually, that it is the identity of a social group which differs from others. Translation is defined as a reformulation of the message in the target culture, and the essence of translating a term consists in determining its equivalent in the target language. The relation between the source term in the source language and the target term in the target language is theoretically an equivalence. However, terms are designations of concepts, and the creation of terms is a process of linguistic materialization of concepts. Since this process of linguistic materialization is cognitive and is strongly influenced by cultural practice and context, it is possible that the equivalence relation between the source term and the target term is not always absolute. It is possible that the so-called "equivalence" is just a partial equivalence or a functional equivalence. To justify the theoretical deduction, a terminology database in perfumery has been created, in which a certain number of French-Chinese terms in perfumery are collected. These terms constitute the object of analysis. The second part therefore specifies the inventory of French-Chinese terminological work in the field of perfumery, the parallel corpus in which the identification of bilingual terms is carried out, the principles to follow when identifying bilingual terms, the method used to construct the terminological database and to demonstrate the terms, and the method used to analyse the terms in the database. Then the third part is devoted to an observation of non-equivalences between French and Chinese terms. The non-equivalences are at the categorical and conceptual level. This means that the concepts designated by the French terms and the concepts designated by the Chinese terms are not mutually concordant. The non-equivalences are also found at the semantic level, which means that the French terms and their corresponding Chinese terms are semantically divergent. Examples cited from the terminological database testify first to the existence of categorial and conceptual non-equivalence, then to the absence of total semantic equivalence in the translation of terms. These non-equivalences are the direct causes of failures in the translation of terms, in other words, the direct cause of terminological untranslatability. A final discussion asserts that the indirect causes of the terminological untranslatability are found in cultural divergences. More precisely, the untranslatability is related to the practice of the field of perfumery and to the situation of terminological standardization in both countries. The different development in practice and in terminological work in perfumery between France and China leads to an unbalanced terminological development between the two languages, which manifests itself in the untranslatability of terms. The non-equivalences are also explained by the lack of terminological standardization in perfumery and the complexity in the perfumery market. Countless perfumed products, constant innovation of perfume notes, advertising strategies to increase turnover, etc., all this complexity is reflected in the linguistic description of products, including in terms. Finally, the conclusion opens a research perspective on terminological standardization in perfumery as well as

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

on the translation approaches of translators faced with the untranslatability of terms.

Mots clés

Absence d'équivalence sémantique totale ; Facteurs culturels ; Intraduisibilité terminologique ; Non-équivalence catégorielle et conceptuelle ; Termes franco-chinois en parfumerie

Résumé

L'article observe l'intraduisibilité dans la traduction terminologique franco-chinoise en parfumerie et en discute les facteurs culturels explicatifs. Une première partie est consacrée à l'exposé théorique, qui définit la traduction comme une reformulation de message dans la culture cible, et affirme que l'essentiel de la traduction d'un terme consiste à déterminer son équivalent dans la langue cible. Mais vu que la matérialisation linguistique de concept est un processus cognitif fortement influencé par le contexte culturel, la relation d'équivalence entre le terme source et le terme cible ne pourrait pas être toujours absolue. Une base de données terminologiques franco-chinoise en parfumerie est élaborée pour justifier l'appareil théorique. La deuxième partie précise donc l'état des lieux du travail terminologique franco-chinois en parfumerie, le corpus parallèle dans lequel s'effectue le repérage des termes bilingues, et la méthode employée pour analyser les termes dans la base de données. La troisième partie montre des exemples qui témoignent d'abord de l'existence d'une non-équivalence catégorielle et conceptuelle puis de l'absence d'équivalence sémantique totale dans la traduction des termes, causes directes de l'intraduisibilité terminologique. Une discussion finale permet d'affirmer que les causes indirectes de l'intraduisibilité se trouvent dans le contexte culturel. Précisément, l'intraduisibilité est très relative à la situation de normalisation terminologique et à la complexité sur le marché de parfumerie. La conclusion ouvre une perspective de recherche sur l'aménagement terminologique en parfumerie aussi sur les approches traductives des traducteurs face à l'intraduisibilité des termes.

1. Introduction

La culture est un héritage historique des groupes sociaux qui recouvre toutes les activités humaines. Elle marque, et est par la même occasion marquée par le groupe social dans lequel elle est conçue. De ce fait, la culture d'un certain groupe social a une caractéristique très différente de celles des autres groupes sociaux.

Les différences culturelles se reflètent dans la pratique langagière. La langue est une pratique sociale au moyen de laquelle la culture s'exprime et se transmet. Les individus se servent de la langue pour codifier et caractériser les composantes culturelles de leur société, et c'est à travers la langue que nous étudions et pensons une culture (Windmüller, 2015, p. 39).

À la fois activité langagière et moyen essentiel de la communication interculturelle, la traduction correspond à une interprétation du langage original dans un nouveau contexte culturel. C'est une activité servant de « médiateur qui transmet une langue, une culture voire une civilisation » (Bencherif, 2011, p. 52).

La terminologie reconstruit le système conceptuel d'un domaine donné au niveau

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

linguistique. Chaque terme correspond à un concept spécifique. Mais la conceptualisation est en fait une reconstruction de la perception, et comme « toute perception est à la fois partielle, partiale et parcellaire » (Bréchet & Gigand, 2015, p. 120), elle est également caractérisée comme partielle, partiale et parcellaire.

En tant que chaînon clé dans la traduction, le travail terminologique se fonde sur l'idée de déterminer les termes équivalents dans la langue cible. Être équivalents, selon le critère de l'approche normative, c'est de déterminer les désignations dans différentes langues qui reflètent un seul et même concept. Ce processus impose une intercompréhension sans faille, d'où se pose notre question : l'équivalence absolue serait-elle réalisable tout le temps, sachant que les contextes culturels des langues sont tellement différents ? En tant que matérialisation linguistique de concepts, les termes sont-ils toujours traduisibles ?

Évidemment, la réponse aux questions est non. Nous trouvons d'innombrables preuves dans la traduction terminologique dans différents domaines. Par exemple, il est convenu que la traduction juridique est fortement culturelle, car « le droit exprime au plus haut degré la culture » (Moretti, 2002, p. 51). Ainsi, les divergences sont fondamentales entre les terminologies juridiques français et chinois. À titre d'illustration, le terme français *Conseil d'État* ne trouve pas son équivalent dans la langue chinoise, puisque le concept du terme (instance suprême de la juridiction administrative) n'y existe pas, alors que son équivalent littéral en chinois *国务院*[1] est le synonyme du gouvernement central.

Du fait que la réponse aux questions est non, quelles seraient les non-équivalences éventuelles et comment les définir ? En outre, quelles seraient les facteurs culturels causant l'intraduisibilité ? C'est dans le but de répondre d'une manière détaillée à ces questions que la présente recherche s'effectue. Les trois parties sont consacrées respectivement : 1) au cadre théorique ; 2) à la présentation de la base de données terminologiques franco-chinoise en parfumerie et de la méthodologie de la recherche ; 3) à la démonstration des non-équivalences provoquant l'intraduisibilité terminologique et à une discussion sur les causes de cette intraduisibilité. Le travail dans ces trois parties permet de justifier que la non-équivalence catégorielle et conceptuelle ainsi que l'absence d'équivalence sémantique totale existent dans la traduction de termes. Les analyses des résultats permettent ensuite d'en expliquer les causes culturelles. Enfin, dans la conclusion, la réflexion est poussée vers une solution de l'intraduisibilité dans la traduction terminologique franco-chinoise en parfumerie.

[1] Voir Annexe (I) pour la glose du terme *国务院*. Dans toutes les gloses du présent article, les termes chinois se trouvent au premier rang, le pinyin (l'équivalent d'un alphabet phonétique chinois. Signifiant « épeler les sons », le pinyin permet de transcrire phonétiquement la prononciation du chinois mandarin à l'aide de l'alphabet latin) et les segmentations au deuxième rang, la traduction de chaque segment au troisième rang, la signification des termes chinois au quatrième rang.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

2. La traduction des termes sous l'influence des facteurs culturels

2.1 La culture : l'identité d'un groupe social

Le concept de culture n'est pas fixe, ce qui s'explique par le fait que pour la conceptualisation du terme, plusieurs définitions coexistent, au sens restreint comme au sens large, dans la langue française comme dans les autres langues du monde. Nous ne faisons pas l'archéologie du terme pour jauger les définitions, ce qui ne constitue pas l'objectif de la présente recherche. Nous nous contentons de clarifier que nous parlons d'une culture à son sens le plus large, car la présente recherche vise à observer l'intraduisibilité des termes et à l'expliquer du point de vue culturel, sans limiter le concept de « culturel » dans une certaine discipline ou vers une certaine orientation.

Cela dit, nous nous permettons d'introduire la définition de *culture* proposée par l'UNESCO dans la Conférence Mondiale sur les Politiques Culturelles. C'est donc une définition au sens large et fondée sur le consensus de tous les pays membres de l'organisation :

> La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances (l'UNESCO, 1982, para. 6).

En termes simples, le concept de culture englobe tout ce qui est connu et tout ce qui est créé matériellement et spirituellement par l'être humain. Chaque groupe social possède sa propre culture, caractérisée par son héritage historique et bien distinguée de celle d'un autre groupe social. Cette distinction est de facto l'origine de la diversité culturelle.

2.2 L'essentiel de la traduction des termes

2.2.1 La traduction interlinguistique : reformulation de message dans la culture cible

Les activités de traduction ont connu une longue histoire. D'après Steiner (1998), « comprendre, c'est traduire » (p. 17), tout acte de communication constitue une traduction de message. Quant à la traduction interlinguistique – c'est d'ailleurs la traduction que la présente recherche aborde – il s'agit d'un « transfert d'un message verbal d'une langue dans une autre » (Ricœur, 1999, p. 8). Or, la traduction est beaucoup plus d'un transfert linguistique, elle correspond à une interprétation de la langue originale dans un nouveau contexte culturel. Donc, c'est « un acte complexe, au cours duquel le traducteur reformule le message original en l'adaptant aux besoins de la culture cible » (Aschenberg, 2007, p. 26). Le contexte culturel est implicite dans la traduction interlinguistique.

2.2.2 Le terme : la matérialisation linguistique d'un concept

La délimitation de concept se trouve au cœur du travail terminologique. Il s'agit d'une « construction mentale utilisée pour classer les objets individuels du monde

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

extérieur ou intérieur par une 'abstraction' plus ou moins arbitraire » (Rey, 1992, p. 30). Plus précisément, le travail terminologique lui-même concerne principalement la collecte, la description, le traitement et la présentation des concepts et de leurs désignations (ISO 1087, 2019). Les termes sont bien les résultats du travail terminologique. Chaque terme est un signe particulier issu de l'acte de désignation, démarche sémiologique qui résume le concept. En ce sens, le terme est la matérialisation de concept au niveau linguistique.

En réexaminant la définition de concept mentionnée plus haut, il n'est pas difficile de déduire deux messages importants : la conceptualisation est un processus de catégorisation anthropique ; le concept est une construction mentale plus ou moins arbitraire. Que ce soient la catégorisation anthropique ou la construction mentale arbitraire, elles concernent en fin de compte une activité cognitive. La cognition, qui étudie le fonctionnement de l'esprit humain,

> […] ne désigne pas la connaissance en elle-même, mais les activités de l'esprit qui ont pour fonction d'acquérir des connaissances et de les mettre en activité. Ce sont les activités de perception, de langage, de mémoire, d'attention et celles de raisonnement que l'on qualifie d'activités mentales (Hudelot, 2004, p. 5).

Étant donné la complexité, l'incertitude et l'hétérogénéité de la cognition, la catégorisation anthropique et la construction mentale sont également complexes, incertaines et hétérogène. Donc la manière de conceptualisation peut différer d'un individu à l'autre, sans parler d'un groupe social à l'autre.

2.2.3 La nature du processus de la traduction d'un terme

Le développement rapide du monde provoque une avalanche de concepts nouveaux qui, « dès le moment de leur conception, reçoivent une ou parfois plusieurs dénominations dans une langue, pour être ensuite bientôt nommées dans une ou plusieurs autres langues » (Rondeau, 1984, p. 2). La dénomination dans d'autres langues, souvent par traduction, se fonde sur l'idée de déterminer un terme dit « équivalent ». France Terme – site consacré aux termes publiés au Journal officiel de la République française par la Commission d'enrichissement de la langue française – par exemple, met « trouver l'équivalent français d'un terme étranger » comme une de ses missions premières. De quelle équivalence s'agit-il ? L'ISO définit l'équivalence comme une « relation entre désignations représentant le même concept dans des langues différentes » (ISO 1087, 2019). Cela signifie que dans la traduction terminologique, le terme équivalent à déterminer dans la langue cible doit représenter le seul et même concept que le terme original dans la langue source.

De plus, il est convenu que l'exigence dite *non-contradiction sémantique* est mise en avant pour utiliser un terme afin de désigner un concept. Autrement dit, le sens lexical

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

du terme en tant que mot commun et le sens du terme en tant que désignation conceptuelle ne doivent pas être contradictoires (Glinov, 2011, p. 33). Par conséquent, dans la traduction terminologique, il faut que le terme équivalent à déterminer dans la langue cible couvre une acception similaire au niveau sémantique que le terme original le fait dans la langue source.

En résumé, la traduction des termes est en principe un processus de recherche des équivalences : équivalence conceptuelle et équivalence sémantique.

2.2.4 Une discussion sur les équivalences des termes

Le processus de recherche des équivalences dans la traduction terminologique impose une intercompréhension extralinguistique et linguistique sans faille. Extralinguistique, parce que l'équivalence conceptuelle est basée sur la catégorisation et la construction mentale des référents extérieurs ; linguistique, parce que l'équivalence sémantique requiert la même démarche de matérialisation linguistique dans chaque langue. Puisque la catégorisation est anthropique et que la construction mentale est arbitraire, la matérialisation linguistique qui est issue de toutes les deux dernières est donc très cognitive. De ce fait, les équivalences seraient-elles toujours réalisables ?

Comme toujours, notre réponse est non. Certes, nous ne nions pas l'existence des équivalences parfaites. Elle se trouve très souvent dans la traduction des termes en sciences dures. Mais les équivalences parfaites ne se réalisent pas tout le temps. La relation entre le terme dans la langue source et son correspondant dans la langue cible est souvent une équivalence partielle et fonctionnelle. *Partielle* indique que le terme dans la langue source et son correspondant dans la langue cible représentent deux concepts dont les caractéristiques ne coïncident pas complètement, ou les deux termes représentent le même concept mais ne possèdent pas exactement les mêmes valeurs sémantiques. *Fonctionnelle* indique que, malgré une non-équivalence totale, les deux termes jouent réciproquement leur rôle de correspondant, donc ils remplissent la fonction qu'ils sont censés remplir théoriquement.

2.3 Le rôle de la culture dans la traduction des termes

Suite à la discussion *supra*, nous constatons que les termes ne sont pas toujours cent pour cent traduisibles. Les non-équivalences dans la traduction terminologique trouvent leur origine dans les contextes culturels des langues source et cible. Autrement dit, ce qui est intraduisible dans les termes est dû aux facteurs culturels. Nous avons cité l'exemple dans la traduction des termes juridiques dans l'introduction. En fait, la traduction des termes en médecine traditionnelle chinoise est aussi un exemple très représentatif. Il s'agit des termes ayant une histoire des milliers d'années et un système autonome très différent de celui de la médecine moderne en Occident. Les concepts des termes tels que *yin (阴), yang (阳) et qi (气)*[2] ne se trouvent pas en français. Ils sont

[2] Voir Annexe (II) pour la glose des termes *阴, 阳* et *气*.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

donc des termes en quelque sorte intraduisibles. Il en est de même pour maints concepts en parfumerie que nous allons aborder dans la présente recherche. Tout ce genre d'irréductibilité conceptuelle est considérable en terminologie et lance des défis à la traduction. Dans ce qui suit, nous essayons de clarifier précisément nos constats.

Le concept de culture est bien ample, les activités de catégorisation, de construction mentale et de matérialisation linguistiques sont toutes culturelles. Donc, il est raisonnable d'affirmer que les termes sont marqués par la culture à laquelle ils appartiennent et dans laquelle ils circulent. Effectivement, le lien très étroit entre la langue et sa culture est évident : la langue n'est pas indépendante mais est le support de la culture. Elle est une manière pour un groupe social d'observer le monde. La compréhension du monde – qu'il s'agisse d'un monde objectif ou d'un monde subjectif – s'exprime à travers la langue (Su, 2006, pp. 46-59). Donc la langue, tout comme les règles du mariage ou de la parenté, le statut social ou l'héritage économique, crée aussi « des frontières symboliques entre les groupes » (Heyer, 2017, para. 1).

C'est pourquoi la culture joue un rôle primordial dans la traduction des termes, elle constitue même l'origine de l'intraduisibilité de la traduction terminologique. Les divergences terminologiques se montrent tant au sens catégoriel[3] et conceptuel qu'au sens sémantique, au niveau linguistique comme au niveau extralinguistique. Les exemples ne manquent pas dans la traduction institutionnelle, surtout dans les domaines fortement caractérisés par la culture d'un groupe social donné. La traduction des termes juridiques et des termes en médecine traditionnelle chinoise que nous avons citée *supra* est très discutée par des chercheurs. Alors pour illustrer les réalités, nous avons construit une base de données terminologiques franco-chinoise dans le domaine de la parfumerie. Dans la partie suivante, nous allons présenter la base de données et la méthodologie de la recherche.

3. Étude sur la traduction franco-chinoise des termes en parfumerie

3.1 L'état des lieux du travail terminologique franco-chinois en parfumerie

La terminologie consiste en l'étude du choix et de l'usage des termes faisant partie des vocabulaires de spécialité. Tous les domaines de connaissance ou de pratique possèdent leur propre terminologie. Le domaine de parfumerie ne fait pas exception. Dans la présente recherche, nous nous intéressons à tous les termes qui portent sur la catégorisation et la description des produits parfumés circulant sur le marché. Ce sont principalement des termes nominaux qui servent à désigner les produits parfumés, leurs senteurs et leurs performances ; ou des termes adjectivaux qui décrivent les caractéristiques olfactives des produits parfumés.

Le travail terminologique en parfumerie dans la langue française se fait surtout en France et au Canada. Il se déploie à l'initiative de différentes parties de la société :

[3] Le mot *catégoriel* ici est l'adjectif du nom catégorie. Il possède l'acception philosophique de ce dernier pour indiquer un processus mental durant lequel les référents sont mis sous la même étiquette selon certains critères.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

gouvernement, organismes professionnels, établissements supérieures, marques de parfum, groupes ou individuels professionnels, etc. Les fruits du travail se présentent sous plusieurs formes : termes dans les bases de données comme *le Grand Dictionnaire Terminologique (le GDT)* et *TERMIUM Plus®*, glossaires offerts par des organismes comme celui de la Société Française des Parfumeurs ou celui de la Fragrance Foundation France, sites internet encyclopédiques comme *Olfastory*, *Auparfum* et *Fragrantica (version française)*, œuvres spécialisées ou de vulgarisation comme le *Dictionnaire du langage parfumé* (1992) publié par les Éditions Quarante Huit Publicité, *Une histoire mondiale du parfum* (2007) de Marie-Christine Grasse, *Parfums : une histoire intime* (2013) de Denyse Beaulieu, *La fabrique des parfums, naissance d'une industrie de luxe* (2015) d'Eugénie Briot, *Le grand livre du parfum : pour une culture olfactive* (2018) publié par l'éditeur Nez Culture, etc.

En chinois, le travail terminologique dans le domaine de la parfumerie est beaucoup moins présent. Les ressources dont on peut profiter sont les termes proposés par quelques marques de parfums comme *Aesop* et *Estée Lauder*, quelques sites internet créés par des amateurs de parfum comme *Fragrantica (version chinoise)* et *NoseTime*, et quelques ouvrages spécialisés dans le domaine comme *La parfumerie* (1989) de Zhang Chengceng et de Wang Qingru, *Huiles de fleurs et composés floraux en parfumerie* (1999) de Nanute Pajaujis Anonis, traduit par Wang Jianxin, et *La parfumerie* (2013) de Lin Xiangyun.

Dans l'ensemble, les termes en parfumerie sont très peu normalisés, en français comme en chinois. Cependant, il existe bien des ressources terminologiques (surtout en français) qui servent de références documentaires, ce qui nous facilite la construction de la base de données terminologiques.

3.2 La construction de la base de données terminologiques en parfumerie

Les termes collectés dans la base de données terminologiques trouvent leur origine dans toutes les informations descriptives françaises et chinoises des produits parfumés de différentes marques. Étant donné que notre recherche vise à observer l'intraduisibilité dans la traduction des termes, nous repérons les termes dans un corpus parallèle franco-chinois. Les textes parallèles dans le corpus sont en provenance des sites officiels français et chinois de huit marques : *Chanel, Dior, Dyptique, Gucci, Guerlain, Hermès, Jo Malone, Serge Luten*.

Les textes parallèles décrivent les mêmes produits parfumés dans les deux langues. La version française est la traduction de la version chinoise ou réciproquement. Les termes repérés sont principalement des termes nominaux qui servent à désigner les produits parfumés (exemples : eau de parfum, eau de toilette, eau de Cologne, etc.), leurs senteurs (exemples : parfum, note, accord, etc.) et leurs qualités (exemples : intensité, texture, ténacité, etc.) ; ou des termes adjectivaux qui décrivent les caractéristiques olfactives des produits parfumés (exemples : florale, fruité, boisé, etc.). Il y a au total 225 d'entrées dans la base de données. Chaque entrée affiche parallèlement un terme français et son terme équivalent chinois, accompagnés de leur crochet terminologique. Tous les termes

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

synonymes sont listés en même temps selon leur fréquence dans le corpus. Prenons une entrée comme exemple :



Terme	Eau de toilette (EDT)		淡香水
Catégorie grammaticale	n.f.	Glose Terme CH	淡 香水 dàn / xiāng.shuǐ léger / parfum (liquide) parfum (liquide) léger
Source(s) Terme	Site officiel de Dior.fr, Chanel.fr, Guerlain.fr, Hermès.fr, etc. Https://www.dior.com/fr_fr/products/beauty-Y0996154-miss-dior?query=eau%20de%20toilette		迪奥、香奈儿、娇兰、爱马仕等品牌中国官网 https://www.dior.cn/zh_cn/products/beauty-Y0628720-dior%E8%BF%AA%E5%A5%A5%E9%AD%85%E6%83%91-%E6%B7%A1%E9%A6%99%E6%B0%B4
Domaine	Parfumerie - produit parfumé		
Statut	Normalisé		Non normalisé
Définition	Produit parfumé qui est en effet une solution alcoolique dont le degré de concentration est bas, pouvant tenir environ 3 à 6 heures sur la peau selon la formule.·		将天然或合成香料溶于乙醇而配制的液体芳香类化妆品，与同系列的浓香水和香精相比香料浓度较低，气味更为清新。
Référence(s) Définition	Le grand dictionnaire http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8975812 Page consultée le 19 mars 2019		术语在线术语库 见载：《医学美学与美容医学名词》第一版 http://www.termonline.cn/list.htm?k=%E9%A6%99%E6%B0%B4
Contexte(s)	1. L'eau de toilette est idéale pour l'été, son parfum plus léger s'allie parfaitement aux chaudes journées d'été. 2. L'eau de toilette en vaorisateur pour un geste ample, souple et généreux sur la peau ou sur les vêtements		1.淡香水应该是香水系列中使用的最广泛的，主要是因为它的味道十分的清香，不会产生让人难以接受的浓郁气息，而且价格也相对比较便宜，非常的适合初次使用香水的人群。
Source(s) Contexte(s)	1. parfumdo.com https://www.parfumdo.com/guide-achat/guide-parfum-eau-toilette-parfum.html Page consultée le 19 mars 2019		1. https://www.phb123.com/shenghuo/pinpai/24477.html 网页访问时间：2019年3月19日 2. 香奈儿中国官网 https://www.chanel.cn/zh_CN/fragrance-
Synonyme			淡香氛、香水、香氛
Phraséologie	1. Eau de toilette + adj ; 2. Appliquer/vaporiser une eau de		1. 形容词（清新、清淡）+淡香水；2. 使用/喷淡香水。
Note(s)	1. Le degré de concentration en substances odorantes est		

Enr : 1 sur 225 Non filtré Rechercher

Figure 1. Exemple d'une entrée dans la base de données

3.3 Méthode d'analyse des termes bilingues dans la base de données

Les termes franco-chinois dans la base de données sont analysés à deux niveaux : premièrement, au niveau extralinguistique, nous observons la catégorisation et la conceptualisation des référents en français et en chinois, pour voir s'il existe une non-équivalence catégorielle et conceptuelle ; deuxièmement, au niveau linguistique, nous observons l'acception des termes, pour voir s'il y a une absence d'équivalence sémantique totale. Les absences d'équivalence témoigneront de l'existence de l'intraduisibilité dans la traduction terminologique, et nous conduiront donc à la recherche des facteurs culturels qui les engendrent.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

4. Les non-équivalences extralinguistique et linguistique entre les termes franco-chinois : résultats et discussion

4.1 Les non-équivalences entre les termes franco-chinois

4.1.1 La non-équivalence catégorielle et conceptuelle

En observant les termes dans la base de données, nous découvrons que la non-équivalence catégorielle et conceptuelle existe bel et bien, cela se montre clairement dans les désignations de différents produits parfumés. Voyons l'exemple dans la figure suivante :

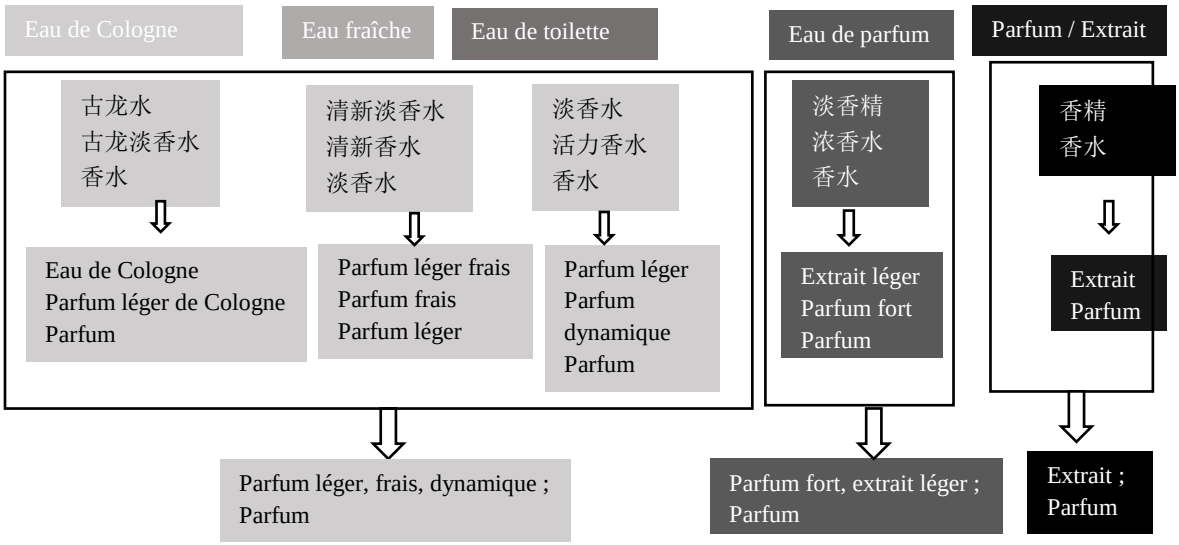


Figure 2. La non-équivalence catégorielle et conceptuelle dans les désignations des produits parfumés

En français, les produits parfumés (les référents particuliers) sont mis sous cinq catégories : eau de Cologne, eau fraîche, eau de toilette, eau de parfum, extrait. Elles se distinguent l'une de l'autre par le fait que leurs concentrations sont différentes. Généralement, dans une même ligne[4], l'eau de Cologne et l'eau fraîche sont plus légères que l'eau de toilette, tandis que celle-ci est plus légère que l'eau de parfum, qui à son tour est moins forte que le parfum ou l'extrait.

En chinois, vu que les termes correspondants aux cinq catégories françaises ne sont pas normalisés, et que l'on manque de sources de documentation fiables, les distinctions entre les concepts sont floues. Plusieurs termes synonymes coexistent par rapport à chaque catégorie française. Pourtant les délimitations entre les groupes de termes synonymes ne sont pas assez claires. Par conséquent, le chinois ne peut que vaguement refléter trois catégories de produits parfumés : parfum léger, frais, dynamique ; parfum fort ou extrait léger ; extrait. Pour résumer plus nettement, elles sont : parfum léger, parfum ni fort ni

[4] Ensemble des produits dérivés d'une même fragrance, commercialisés sous la même appellation.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

léger, parfum fort. En outre, toutes les trois catégories possèdent une désignation commune : parfum.

Dans cet exemple, il est évident que l'absence d'équivalence catégorielle cause l'absence d'équivalence conceptuelle. Cela est reflété dans la non-correspondance des termes franco-chinois, et cette dernière générerait l'imprécision dans la traduction, d'où provient dans une certaine mesure une forme d'intraduisibilité.

4.1.2 L'absence d'équivalence sémantique totale

Du point de vue sémantique, les termes franco-chinois ne correspondent pas toujours parfaitement. Il arrive souvent que les termes franco-chinois dits équivalents sont en fait des équivalents partiels ou des pseudo-équivalents. Équivalent partiel signifie que les termes sont partiellement équivalents au sens sémantique, alors que pseudo-équivalent signifie que les termes ne sont pas équivalents voire même très différents au sens sémantique.

Les exemples sont légion, nous en citons deux pour illustrer ces cas de figure. Le premier est un exemple d'équivalents partiels. Cet exemple concerne le terme français *déodorant*. Quatre définitions existent pour ce terme :

DEF 2 : Qui désodorise, absorbe les mauvaises odeurs. - TERMIUM Plus®
DEF 3 : Produit destiné à supprimer les odeurs de transpiration. - Dictionnaire de l'Académie Française
DEF 4 : Produit qui supprime les odeurs corporelles de transpiration. - Dictionnaire historique de la langue française

Figure 3. Quatre définitions françaises du terme *déodorant*

Les définitions ne sont pas tout à fait identiques, mais nous arrivons à en extraire des mots clés communs, ils sont : produit, supprimer, odeur. Cela permet de déduire qu'en français, le déodorant est conçu comme un produit dont la fonction est de supprimer les odeurs corporelles, ce qui implique que le préalable de son usage est que les odeurs corporelles existent. Les produits sous différentes formes comme déodorant vaporisateur, déodorant stick ou déodorant à bille remplissent la même fonction.

Les termes chinois correspondant aux termes français *déodorant, déodorant vaporisateur, déodorant stick* et *déodorant à bille* sont *香体剂, 香体喷雾, 香体膏, 走珠香体露*. Nous faisons des gloses ci-dessous pour expliciter leur signification. Dans les gloses, aux quatre rangs généraux s'ajoute un cinquième rang qui présente les termes

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155

français pour une comparaison.

香体剂	香体喷雾	香体膏	走珠香体露
xiāng tǐ jì	xiāng tǐ pēn.wù	xiāng tǐ gāo	zǒu.zhū xiāng tǐ lù
Parfumer- corps/ préparation	Parfumer- corps/ vaporisateur	Parfumer- corps/ baume	Bille / parfumer- corps/ jus
Préparation pour parfumer le corps	Vaporisateur pour parfumer le corps	Baume pour parfumer le corps	Jus à bille pour parfumer le corps
Déodorant	Déodorant vaporisateur	Déodorant stick	Déodorant à bille

Figure 4. Gloses des termes chinois *香体剂, 香体喷雾, 香体膏* et *走珠香体*

Une observation rapide permet de remarquer que les significations des termes chinois – produit pour parfumer le corps – ne recouvrent qu'une partie de celles des termes français : c'est un produit corporel destiné à conférer au corps une odeur agréable. Le préalable important – il existe des odeurs corporelles à supprimer – ne se voit pas dans les termes chinois. L'information transmise à la clientèle est qu'il s'agit d'un produit qui peut parfumer le corps, tout comme les autres parfums. L'absence d'équivalence sémantique totale dans la traduction pourrait devenir un piège qui trompe les consommateurs.

Le deuxième exemple illustre l'existence des pseudo-équivalents. En français, *oud* et *bois de oud* sont deux termes synonymes très courants qui décrivent un certain arôme boisé émanant d'un produit parfumé. Le terme oud vient de l'arabe *ûd*, c'est la désignation d'une sorte de bois qui provient d'un certain nombre d'espèces d'Aquilaria (Persoon, 2012, p. 3). Lorsque les arbres sont physiquement ou chimiquement endommagés ou sont infectés, ils produisent de la résine puissamment aromatique. Le bois résineux est une matière première très précieuse en parfumerie (Chen et al., 2019, p. 1934).

Dans le domaine forestier, les termes français employés pour désigner le même bois est *bois d'aloès*, *bois d'agar* et *bois d'aigle* (le GDT), alors que les termes chinois qui le désignent sont *沉香*, *沉水香* ou *沉香木*[5] (Artisan d'Asie). Cependant, dans la pratique, de nombreuses marques bien connues, dont *Serge Luten* et *Jo Malone*, ont traduit le terme *oud* par *乌木*[6]. Ce dernier est une sorte de bois obtenu à partir de la carbonisation d'arbres enfouis pendant de nombreuses années (Liu & Wang, 2020, p. 86). Le français le désigne comme *ébène*. Le concept d'*ébène* est complètement différent de celui de *oud*. De ce fait, bien que *乌木* soit le terme chinois correspondant aux termes français *oud* et *bois de oud*,

[5] Voir Annexe (III) pour la glose des termes *沉香*, *沉水香* et *沉香木*.
[6] Voir Annexe (IV) pour la glose du terme *乌木*.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

il n'en est pas l'équivalent. Au contraire, c'est un pseudo-équivalent, la traduction des termes français est invalide.

Notons que dans le deuxième exemple, toutes les marques de produits parfumés ne font pas la même erreur de traduction en traduisant *oud* ou *bois de oud* par *乌木*. Beaucoup les traduisent correctement par *沉香* ou *沉香木*. Cela montre que certains concepts sont désignés par plusieurs termes synonymes, donc plusieurs termes équivalents interlinguistiques coexistent. Pourtant, certains termes synonymes pourraient être des synonymes partiels ou pseudo-synonymes, et la relation d'équivalence entre les termes équivalents interlinguistiques pourrait être une équivalence partielle ou pseudo-équivalence. Nous présentons cette complexité dans la figure suivante.

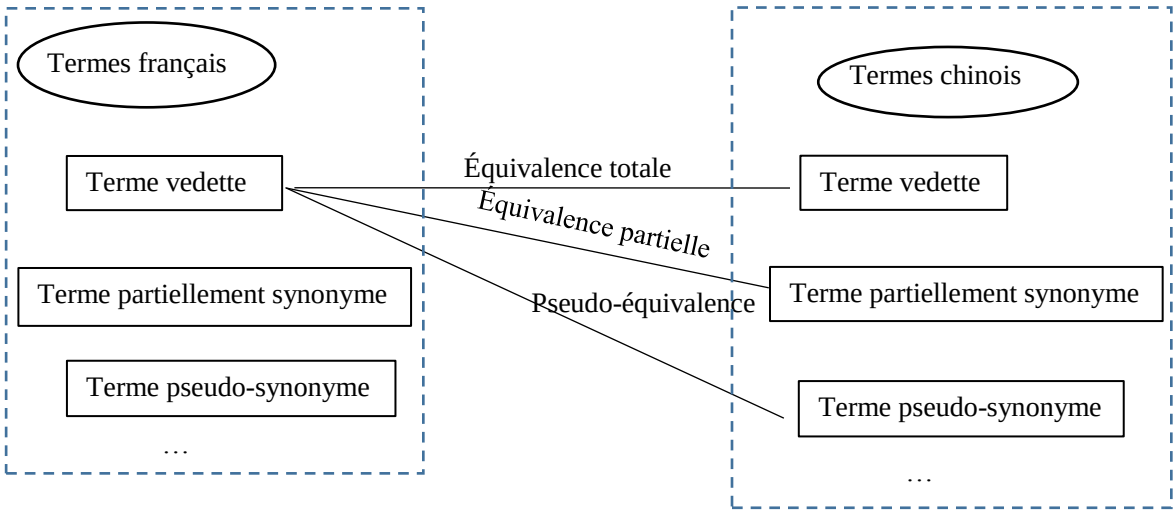


Figure 5. Relations d'équivalence entre les termes « équivalents » franco-chinois

À travers les exemples, nous voyons bien que les non-équivalences entre les termes franco-chinois en parfumerie sont bien fréquentes. Ce sont ces non-équivalences qui provoquent des échecs dans la traduction. Dans ce qui suit, nous essayons de discuter les facteurs culturels derrière l'intraduisibilité.

4.2 Une discussion des facteurs culturels déterminant l'intraduisibilité des termes

4.2.1 L'intraduisibilité due à la situation de normalisation terminologique

L'intraduisibilité est due d'abord à la situation de normalisation terminologique dans le domaine de la parfumerie en français et en chinois. La normalisation est un processus où l'on soumet une production concrète ou abstraite à des normes tendant à réduire les attributs individuels non nécessaires, de sorte que les produits soient uniformes et interchangeables sans être affectées par le moment de production ou par la restriction de localisation. L'objet de la normalisation concerne non seulement les

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

produits concrets ou abstraits, mais aussi leurs représentations linguistiques, soit la terminologie. La normalisation de produits et celle de la terminologie correspondante sont tout aussi importantes (Feng, 2011, pp. 206-207).

Dans le domaine de la parfumerie, depuis l'ère de Louis XIV, la France est un grand pays de production et d'utilisation de parfums modernes. Une terminologie relativement mature y a été affiné plus tôt. Même si la normalisation terminologique ne se déroule pas massivement, de nombreuses ressources terminologiques existent à titre de référence. Les concepts des termes de base tels qu'eau de Cologne, eau fraîche, eau de toilette, eau de parfum, parfum, extrait, déodorant et oud sont très bien délimités, à tel point qu'il est rare que ces termes se mélangent ou s'utilisent de façon ambiguë.

Au contraire, le travail terminologique en parfumerie en chinois est peu présent, les termes aussi élémentaires qu'eau de toilette ou qu'eau de parfum ne sont pas examinés dans un but de normalisation. Bien qu'un grand nombre de termes s'emploient ici et là, il est difficile de parvenir à un accord uniforme sur leur usage. Cela est lié à deux réalités : d'abord, le commencement du travail terminologique en Chine est bien tardif. Le travail théorique et pratique de la terminologie moderne a commencé à l'échelle internationale dans les années 1930. Le travail, la recherche et la formation de terminologie s'étaient déroulés déjà très longtemps dans d'autres pays du monde avant que la Chine ait franchi le premier pas. Cette dernière a attendu jusqu'en 1985 pour établir son Comité national d'examen des termes scientifiques et techniques, qui dès lors met l'accent de son travail de normalisation sur les termes scientifiques et techniques. Les termes dans les domaines de pratique comme la parfumerie ne sont pas encore abordés.

À cela s'ajoute le fait que la pratique dans le domaine de la parfumerie moderne n'est pas profondément ancrée en Chine, comme c'est le cas en France. La Chine a connu une longue histoire d'utilisation de parfums. Mais on entend par « parfums » les parfums traditionnels chinois – les encens à brûler. Ces derniers étaient, depuis l'Antiquité jusqu'au 19ème siècle, les parfums principalement utilisés pour des buts profanes ou sacrés[7]. Dès la fin de la dynastie Qing[8], pour des raisons socio-historiques, la culture traditionnelle de l'encens a commencé son déclin. C'est au début du 20ème siècle que les parfums modernes sont entrés en Chine, mais d'une façon assez modeste. Ensuite, après la réforme et l'ouverture chinoises en 1978, des marques de luxe internationales sont entrées les unes après les autres sur le marché chinois. Les produits de parfumerie – domaine dans lequel des marques de luxe sont impliquées – y sont également arrivés et sont devenus des objets de consommation pour le public chinois.

[7] En 2018, le Musée Cernuschi, spécialiste des arts de l'Asie de la ville de Paris, a proposé une exposition consacrée à la culture chinoise de l'encens au temps des empereurs. Cette exposition a abordé l'art de l'encens et du parfum en Chine depuis le 3ème siècle avant notre ère jusqu'au 19ème siècle, ce qui aide à p arcourir l'histoire des parfums traditionnels chinois. https://www.cernuschi.paris.fr/fr/expositions/parfums-de-chine-la-culture-de-lencens-au-temps-des-empereurs

[8] La dernière dynastie impériale à avoir régné sur la Chine, de 1644 à 1912.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Compte tenu de ce qui précède, le travail terminologique du domaine en Chine n'est pas aussi productif qu'en France. Le déséquilibre du développement dans la pratique et dans le travail terminologique en parfumerie entre les deux pays conduit au développement terminologique déséquilibré du domaine entre les deux langues, ce qui se manifeste dans l'intraduisibilité de termes.

4.2.2 L'intraduisibilité due à la complexité sur le marché de parfumerie

Le parfum au sens moderne s'est développé très rapidement depuis sa naissance en Europe au 14ème siècle[9]. De nouvelles catégories de produits et de nouvelles senteurs voient le jour. L'utilisation généralisée des arômes synthétiques et de la technologie de traitement chimique a fait entrer l'industrie de la parfumerie dans l'ère de la production industrielle de masse, ce qui a largement modifié le processus de fabrication, réduisant ainsi considérablement le seuil d'accès à la technique de fabrication. Nombreuses sont les nouvelles marques et les nouveaux parfums qui se créent sans cesse.

Afin d'augmenter les chiffres des ventes, les marques s'engagent à promouvoir leurs produits. Une des stratégies importantes de marketing consiste à utiliser le langage pour décrire les produits. Or, les produits parfumés sont innombrables, l'innovation des notes de parfum est constante, tandis que les marques poursuivent toujours la nouveauté… à cela s'ajoute le fait que différentes marques et différents groupes sociaux ont des perceptions très divergentes des caractéristiques aromatiques des produits parfumés. Toute cette complexité est reflétée dans la description linguistique des produits, y compris dans les termes. Ceux-ci présentent donc une situation où il y a de nombreux termes synonymes intralinguistiques et de nombreux termes interlinguistiques équivalents, mais la configuration sémantique des synonymes intralinguistiques et celle des termes équivalents interlinguistiques ne sont pas totalement identiques, elles sont même très divergentes. Cette situation complique la traduction en terminologie et rend parfois la traduction invalide.

5. Conclusion

La traduction d'un terme est un processus qui consiste à déterminer le terme de remplacement dans une autre langue. L'équivalence totale entre le terme source et le terme cible est un état idéal qui ne se réalise pas toujours. Les causes sont diverses et sont ancrées dans chaque domaine de pratique. En parfumerie, l'intraduisibilité des termes est

[9] Vers 1370, le premier parfum a vu le jour en Hongrie. Il est principalement composé d'huile de romarin et d'alcool. Plus tard, les gens ont ajouté une variété d'autres matières à cette « eau de Hongrie » et ont progressivement progressé vers des formulations modernes de parfums extrêmement raffinés et hautement artistiques, créées avec des dizaines voire des centaines de matières naturelles ou synthétiques et d'alcool. Donc la première eau de Hongrie est considérée comme le premier parfum moderne du monde. Il faut indiquer que le premier « eau parfumée » est l'eau obtenue après la distillation des fleurs, née beaucoup plus tôt que l'eau de Hongrie. Mais cette eau parfumée ne peut pas être stocké longtemps. Elle se détériorera et puera rapidement, ce qui la rend incomparable avec l'eau de Hongrie le premier parfum au sens moderne (Lin, 2020, p. 72).

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

principalement due au manque d'aménagement terminologique, aux différentes trajectoires de développement des groupes sociaux du domaine, ainsi qu'à l'influence de la stratégie de marketing. Tout cela inspire les terminologues et les traducteurs à réexaminer les approches dans le travail terminologique et traductif, et incite également le service d'aménagement linguistique et le service de surveillance du marché en France et en Chine à travailler pour normaliser l'usage de termes.

Références

[1] Artisan d'Asie. Histoire, Origines, Utilisation & Vertus du Bois de Oud. https://www.artisandasie.com/blogs/culture-chinoise/bois-de-oud-info

[2] Aschenberg, H. (2007). La Traduction Comme Transfert Culturel ? A Propos des Textes sur la Shoah. In Lombez, C. & von Kulessa, R. (Eds.), *De la Traduction et des Transferts Culturels*. Éditions L'Harmattan.

[3] Bencherif, M. (2011). Problématiques inhérentes à la traduction des contrats : français-arabe. *Traduction et langues* 11(1), 52-63.

[4] Bréchet, J.-P. & Gigand, G. (2015). La Perception au Fondement de la Connaissance – les Enseignements d'Une Ingénierie Représentationnelle Ternaire. *Natures Sciences Sociétés* (23), 120-132.

[5] Chen, Y. et al. (2019). Analysis of Fungi Diversity in Agarwood Wood from Hainan Province and Guangdong Province. *Chinese Pharmaceutical Journal* 54(23), 1933-1938.

[6] Feng, Z. (2011). *Introduction à la Terminologie Moderne*. The Commercial Press.

[7] Glinov, S. V. (2011). *La Terminologie*. The Commercial Press.

[8] Heyer, E. (2017). Comment la culture agit sur notre évolution. https://www.sfecologie.org/regard/r75-oct-2017-e-heyer-evolution-humaine/

[9] Hudelot, M. M. (2004). L'Art et la Cognition. *Marges* (2), 5□19.

[10] ISO. (2019). ISO 1087 : 2019 (fr), Travail Terminologique et Science de la Terminologie – Vocabulaire. https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:1087:ed-2:v1:fr

[11] Le Grand Dictionnaire Terminologique. https://gdt.oqlf. gouv.qc.ca/ ficheO qlf.aspx?Id_Fiche=17498311

[12] Lin, X. (2020). Histoire du Parfum : de la Première Bouteille d'Eau Hongroise à l'Avènement des Parfums Unisexes. *China Cosmetics Review*, 2020(10), 70-76.

[13] Liu, G. & W, Z. (2020). On the Legal Attribute of Ebony and It's Defining Significance. *International Journal of Mining Science and Technology*, 22(3), 83-98.

[14] Moretti, S. A. (2002). Décalages et interférences en traduction juridique espagnol-français. *ILCEA*, 2002(3), 51-69.

[15] Persoon, G. A. (2012). Le bois d'aloès, « le Bois des Dieux ». Revue d'ethnoécologie, 2012(1), 1-12.

[16] Rey, A. (1992). *La Terminologie : Noms et Notions*. Presses universitaires de France.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

[17] Ricœur, P. (1999). *Le Paradigme de la Traduction*. *Esprit* 253(6), 8□19.
[18] Rondeau, G. (1984). *Introduction à la terminologie*. Éditions Gaëtan Morin.
[19] Steiner, G. (1998). *Après Babel : Une Poétique du Dire et de la Traduction*. Michel.
[20] Su, X. (2006). *Cours de Linguistique Culturelle*. Foreign Language Teaching and Research Press.
[21] UNESCO. (1982). Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles. https://www.culture.gouv.fr/Media/Thematiques/Egalite-et-diversite/College-de-la-Diversite/Declaration-de-Mexico
[22] Windmüller, F. (2015). Apprendre Une Langue, C'est Apprendre Une Culture. Leurre ou réalité ? https://d-nb.info/1076980279/34

Remerciements
Nous remercions vivement le Réseau LLL (Lexicologie, Terminologie, Traduction), tous ses organisateurs et sponsors d'avoir proposé, organisé et soutenu le colloque 2021, ce qui nous a offert l'occasion de présenter notre travail. En même temps, nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à l'équipe éditoriale de la Revue de Traduction et Langues, surtout un grand merci à l'éditeur en chef madame Ghania Ouahmiche, aux éditeurs associés et aux relecteurs. Leur travail formidable permet à cet article de voir le jour. Nous adressons également un grand merci au CERIST (Centre de Recherche sur l'Information Scientifique et Technique), hébergeur de la revue TRANSLANG sur ASJP.

Notice biographique des auteurs
Zhang Lili fait ses études doctorales au Laboratoire Ligérien de Linguistique à l'Université d'Orléans, en France. Elle rédige une thèse sur le tournant culturel de la terminologie franco-chinoise en parfumerie.
Antonia Cristinoi est actuellement professeure à l'ESIT et membre du laboratoire CLESTHIA. Ses thématiques de recherches sont la théorie et la didactique de la traduction, l'anthropologie linguistique, la linguistique des contacts entre langues, la lexicographie et constitution de bases de données lexicales, la linguistique de terrain et la documentation de langues. Depuis 2003, elle mène un travail de terrain en Guyane française consacré au palikur, une langue arawak parlée en Guyane française et au Brésil. Elle est également traductrice spécialisée dans le domaine scientifique et le théâtre et enseigne la traduction et les théories/méthodologies de la traduction.

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Annexes

Annexe (1)

国务院
guó - wù / yuàn
pays - affaire / cour
cour pour les affaires du pays

Annexe (2)

阴	阳	气
yīn	yáng	qì
yin	yang	qi
yin	yang	qi

Annexe (3)

沉香	沉水香	沉香木
chén / xiāng	chén - shuǐ / xiāng	chén - xiāng / mù
lourd / parfum	tomber au fond - eau / parfum	lourd - parfum / bois
parfum lourd	parfum qui peut tomber au fond des eaux	bois de parfum lourd

Annexe (4)

乌木
wū.mù
ébène
ébène

L'œuvre est sous la licence Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Disponible en ligne à https://www.asjp.cerist.dz/en/Articles/155