

جامعة بادجي مختار - عنابة
مديرية النشر



التواصل

في

العلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلد 29

عدد 04 - أكتوبر 2023

مجلة علمية محكمة ومفهرسة

التواصل

مجلة محكمة موهرة تصدر عن جامعة باجي مختار - عنابة - الجزائر

مدير المجلة

أ.د. محمد مانع

رئيس جامعة باجي مختار - عنابة

مدير النشر

أ.د. جمال شاي

رئيس هيئة التحرير

أ.د. سميرة صويلح

أعضاء هيئة التحرير

- | | |
|---|--|
| أ.د. الشريفة بوشيدان - جامعة عنابة | أ.د. عمر شريف - جامعة باتنة 1 |
| أ.د. حليلة عمارة - جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن | أ.د. جمال قريوح عليوش - جامعة عنابة |
| أ.د. دنيس لقرو - جامعة باريس 8 | أ.د. محمد دقسي - الأردن |
| أ.د. زمام نور الدين - جامعة بسكرة | أ.د. محمد طاري - جامعة سوق أهراس |
| أ.د. شارف عبد القادر - جامعة الشلف | أ.د. نوال بودشيش - جامعة الطارف |
| أ.د. شبيرة بوعلام - جامعة باجي عنابة | أ.د. يوسف سعدون - جامعة عنابة |
| أ.د. صادق فوضيل - جامعة تيزي وزو | أ.د. سميرة صويلح - جامعة عنابة |
| أ.د. عبد الرحمان خلفي - جامعة بجاية | د. علي الوحيشي - جامعة الزاوية - ليبيا |
| أ.د. عبد القادر جفلات - جامعة ليل - فرنسا | |

الأمانة

السيدة: أميرة منصوري

السيدة: أنيسة دريوش

السيدة: رندة ناصري

السيدة: آمال داودي

مديرية النشر

جامعة باجي مختار - عنابة، ص.ب. 12-23000، عنابة

الهاتف / الفاكس: 04 57 00 213 (038) +

الموقع الإلكتروني: tawassol.univ-annaba.dz

البريد الإلكتروني: revue.tawassol@gmail.com

اللجنة العلمية

أ.د. الشريف بوشعدان	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. بوعلام عمار شبيبة	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. دنيس لقرو	جامعة باريس 8 - فرنسا
أ.د. حليلة عمايرة	جامعة البلقاء التطبيقية - الأردن
أ.د. رحاب يوسف	جامعة بني سويف - مصر
أ.د. سميرة صويلح	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. عبد الرحمان خليفي	جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية
أ.د. عبد القادر شرف	جامعة حسينة بن بوعلي - الشلف
أ.د. عبد القادر جفلاط	جامعة ليل - فرنسا
أ.د. عمر شريف	جامعة الحاج لخضر - باتنة 2
أ.د. قدور مريوط	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. كمال عليوش قربوع	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. محمد بوادي	جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2
أ.د. محمد دقسي	الجامعة الأردنية
أ.د. محمد صاري	جامعة محمد الشريف مساعدية - سوق أهراس
أ.د. نوال بودشيش	جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
أ.د. نور الدين زمام	جامعة محمد خيضر - بسكرة
د. آسيا واعر	جامعة باجي مختار - عنابة
د. رحمة بن سماحيل	جامعة باجي مختار - عنابة
د. عبد الصمد سعودي	جامعة محمد بوضياف - مسيلة
د. علي الوحشي	جامعة الزاوية - ليبيا
د. فتية أوهابية	جامعة باجي مختار - عنابة
د. مراد بن حرز الله	المركز الجامعي تندوف
د. نسرين حوار	جامعة باجي مختار - عنابة
د. نوال بوطرفة	جامعة باجي مختار - عنابة

تدقيق لغوي:

أ.د. كمال عطاب	جامعة عنابة
د. عزة لحيوال	جامعة عنابة

قواعد النشر بالمجلة

- 1- تنشر مجلة التواصل الأبحاث المبتكرة الأصيلة في اللغات والآداب وفي العلوم الإنسانية والاجتماعية وفي العلوم القانونية والاقتصادية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية والإيطالية.
- 2- على أصحاب البحوث أن يلتزموا بالقواعد الآتية:
 - 1- أن تكون المادة المرسلّة للنشر أصيلة لم يسبق نشرها ولم تُرسل إلى جهات أخرى. وعلى صاحبها (أصحابها) تقديم إقراراً خطي بذلك.
 - 2- أن يكتب البحث بلغة سليمة وجمل قصيرة مع الاحترام التام لعلامات الوقف (النقطة، الفاصلة، .. إلخ).
 - 3- ألاّ يتجاوز حجم البحث اثنين وعشرين (22) صفحة بما في ذلك قائمة المراجع والهوامش والجداول والأشكال والصور، وألاّ يقل عن اثنتي عشرة (12) صفحة.
 - 4- أن يذكر في الورقة الأولى من البحث: عنوانه، اسم و(أسماء) المؤلف (ين)، ورتبته(هم) العلمية مرقمين بالترتيب، على أن يكون رقم (1) هو المؤلف المراسل (corresponding author)، المؤسسة التي ينتمي (ون) إليها (مركز بحث/ مخبر، قسم، كلية، جامعة)، رقم الهاتف، والبريد الإلكتروني.
 - 5- ينبغي أن يكون عنوان البحث وملخصه والكلمات المفتاح بثلاث لغات من اللغات الأربع (العربية، الإنجليزية، والفرنسية، الإيطالية) على أن تكون العربية والإنجليزية إجباريتين.
 - 6- أن لا يتجاوز حجم الملخص سبعة (07) أسطر وأن لا يقل عن أربعة (04).
 - 7- توضع الملخصات الثلاث في الصفحة الأولى ويتقدمها المكتوب بلغة البحث.
 - 8- تعرض الكلمات المفتاح مباشرة بعد كل ملخص وبلغته، على أن لا تزيد عن ستة (06) كلمات ولا تقل عن أربعة (04).
 - 9- أن يتبع المؤلف (ون) الأصول العلمية في إعداد الأبحاث وكتابتها وخاصة فيما يتعلق بإثبات المصادر وتوثيق الاقتباسات. يشار إلى المراجع المذكورة في النص برقم يوضع بين معقوفين ويثبت في الهامش:
 - إذا كان المرجع كتاباً: يذكر اسم المؤلف ولقبه، سنة النشر، عنوان الكتاب، الناشر، مكان النشر، رقم الصفحة/ الصفحات.
 - إذا كان المرجع بحثاً: يذكر اسم المؤلف ولقبه، ثم عنوان البحث، اسم المجلة، المجلد(العدد)، الناشر، مكان النشر وتاريخه، رقم الصفحة/ الصفحات.
 - إذا كانت المعلومة مأخوذة من الإنترنت، لابد - إضافة إلى بيانات المراجع - من ذكر عنوان الموقع الإلكتروني كاملاً متبوعاً بتوقيت وتاريخ الاطلاع على المرجع.
 - 10- توضع الإحالات والهوامش التي ترقم بشكل متسلسل من أول البحث إلى آخره مباشرة بعد نص البحث.
 - 11- يحق للمجلة (إذا تطلب الأمر) إدخال بعض التعديلات الشكلية على البحث دون المساس بمضمونه.
 - 12- على الباحث أن يتقيد بالعناصر الآتية وطريقة ترقيم عناوين بحثه الأساسية والفرعية وفق ما يلي:
 - * توطئة (مقدمة): يُطرح فيها الموضوع والإشكالية، وأهمية الدراسة، والدراسات السابقة في الموضوع (إن وجدت).
 - * عرض البحث بعناصره ومباحثه، وينبغي أن ترتب فيه العناوين الرئيسية والفرعية. وترقم وفق تسلسل كل منها مثال ذلك:
 - 1- التحليل الداخلي لمبنة إيدوغ وأدواته:
 - 1-1 تحليل موارد مبنة إيدوغ:
 - 1-2 تحليل كفاءات تسخير الموارد:
 - 1-2-1 من المؤسسة:

1-2-2- من الأشخاص:

.

3- وهكذا

* **الخاتمة:** وتتضمن أساساً النتائج والتوصيات (الاقتراحات).

13- أن يكتب المقال بحسب المواصفات الآتية:

• إعداد الصفحة: (A4)

• **نمط الخط:** (Simplified Arabic) باللغة العربية/ و (Times New Roman) باللغات اللاتينية.• **حجم الخط:**

- عنوان البحث ونصه بالعربية: 13 | - عنوان البحث ونصه باللغة الأجنبية: 12

- الملخص والكلمات المفتاحية: 12 | - الملخص والكلمات المفتاحية: 12

• بين السطور: 0.0 نقطة.

• هامش الصفحات: اليسار: 2,5 سم، اليمين: 2,5 سم، الأعلى: 2 سم، الأسفل: 2 سم.

• ترقيم الصفحات في الوسط/ أسفل الصفحة.

14- البحث الذي يستجيب لقواعد النشر يخضع إلى عملية الإغفال (Anonymat) ثم يرسل إلى لجنة التحكيم. ويُقبل للنشر إذا حظي بموافقة عضوين منها على الأقل. وفي حال رفض عضو منهما يعرض على محكم ثالث للفصل في مدى صلاحية البحث للنشر. وفي حال قبول البحث بتعديلات يطلب من المؤلف إدخالها في مدة لا تتجاوز الشهر، ثم يتم إطلاع الخبير (ين) عليها قبل أن تنال القبول النهائي للنشر.

15- ترسل الأبحاث في شكل ملف مرفق حصرياً على موقع المجلة بالبوابة الجزائرية للمجلات العلمية (ASJP):

<https://www.asjp.cerist.dz>

16- ما ينشر في المجلة يعبر عن آراء أصحابها ولا يمثل بالضرورة رأي المجلة أو الناشر.

Consignes de rédaction de la revue EL-TAWASSOL

I. La revue El-Tawassol publie des articles originaux dans le domaine des langues, lettres, sciences humaines, et sociales, juridiques et économiques, en langue arabe, anglaise, française et italienne.

II. Les auteurs d'articles s'engagent à :

1. Ne pas avoir soumis et publié leurs articles dans d'autres revues et présentent une déclaration écrite, sur l'honneur à ce sujet.
2. Rédiger un article linguistiquement correct en utilisant des phrases courtes, tout en respectant les signes de la ponctuation. L'article n'excèdera pas vingt-deux (22) pages (incluant bibliographie, marges, tableaux, graphiques et images) et ne doit pas être inférieur à douze (12) pages.
3. La première page doit contenir: le titre complet de l'article, le(s) nom(s) et le(s) prénom(s) de(s) l'auteur (s), son (leur) grade énumérés respectivement, à condition que le premier auteur soit l'auteur correspondant à l'institution à laquelle il(s) appartient (nent) centre de recherche/ laboratoire, département, faculté, université), son (leur) numéro de téléphone, et son (leur) adresse (s) électronique (s).
4. L'intitulé de l'article, le résumé et les mots-clés doivent être rédigés dans trois langues parmi ces quatre langues proposées: l'arabe, l'anglais et le français ou l'italien, l'arabe et l'anglais sont obligatoires.
5. Chaque résumé ne doit pas dépasser sept (07) lignes et inférieur à quatre (04) lignes.
6. Les résumés doivent être insérés dans la première page et devancés par celui rédigé dans la langue de l'article.
7. Les mots-clés doivent être rédigés dans la langue de chaque résumé et insérés au-dessous, variant entre quatre (04) à six (06) mots.
8. L'auteur s'engage à respecter les normes et techniques de la rédaction scientifique, notamment en matière du protocole bibliographique. Les références citées dans le texte doivent être accompagnées d'un numéro inséré entre crochets référant à une note de fin d'article :
 - Si la référence correspond à un livre : le nom et le prénom de l'auteur, l'année de publication, le titre de l'ouvrage, l'éditeur, le lieu de l'édition, et le(s) numéro(s) de (la) page(s) doivent être mentionnés.
 - Si la référence correspond à un article : le nom et le prénom de l'auteur, l'intitulé de l'article, le nom de la revue, le numéro de la revue, l'éditeur, le lieu et la date de l'édition, et le(s) numéro(s) de (la) page(s) doivent être mentionnés.
 - Si l'information est extraite d'un site internet : les données bibliographiques des références ainsi que les sites-web doivent figurer dans la bibliographie suivis de la date et l'heure de consultation.
- 10 Toutes les notes doivent être numérotées successivement et insérées directement à la fin du texte.
- 11 La revue El-Tawassol se réserve le droit, si nécessaire, de modifier la forme sans nuire au contenu de l'article.
- 12 L'auteur s'engage à respecter, d'une part, la numérotation des titres principaux et secondaires de son article et d'une autre part, les éléments suivants conformément à ce qui suit :

- L'avant-propos (l'introduction) comporte le sujet, la problématique, l'objectif de l'étude et les travaux précédents relatifs à la question (s'il y a lieu).
- Les titres principaux et secondaires doivent être successifs, structurés et numérotés selon un ordre bien précis dans le corps du texte, à titre d'exemple :

1. Analyse intrinsèque de la laiterie Edough et ses outils :

1.1. Analyse des ressources de la laiterie Edough :

1.2. Analyse des compétences de mobilisation des ressources :

1.2.1. De l'entreprise :

1.2.2. Des personnes :

2. Et ainsi de suite...

- La conclusion comporte essentiellement les résultats et les recommandations (les suggestions).

13. L'article doit être rédigé comme suit :

- **Mise en page :** (A 4)
- **Police :** Pour la langue arabe Simplified Arabic/ Pour les langues latines Times New Roman
- **Taille de police :**
 - En langue arabe :
 - Intitulé de l'article et son texte : 13
 - Résumé et mots-clés : 12
 - En langues étrangères :
 - Intitulé de l'article et son texte : 12
 - Résumé et mots-clés : 12
- **Interligne :** 0.0 point.
- **Marges :** Gauche: 2,50 cm. Droite: 2,50 cm. Haut: 2 cm. Bas: 2 cm.
- Les pages doivent être numérotées au milieu/en bas.

14. L'évaluation des manuscrits d'articles respectant le présent protocole de rédaction se fait de manière anonyme. Les manuscrits seront envoyés par la suite au comité d'experts et soumis à deux expertises. En cas d'avis clairement contradictoires des deux premiers évaluateurs, une troisième expertise peut être sollicitée. Si l'article est publiable sous réserve de modifications, l'article révisé devra être rendu par l'auteur dans un délai d'un mois au plus tard pour une dernière relecture de la part d'un (des) experts avant son acceptation finale.

15. Les propositions d'articles doivent être exclusivement adressées à la revue via la Plateforme Algérienne des Revues scientifiques (ASJP), à savoir :

<http://www.asjp.cerist.dz>

16. Les opinions émises et publiées dans la revue ne sont pas nécessairement celles de la rédaction et n'engagent que leurs auteurs.

الفهرس

The "Arab Spring": Any Appellation but Revolutions	
Selma BENCHEIKH	01
Astroturfing and Public Relations: A New Perspective of Communication	
Amina Douida	17
Challenges Facing ESP Teachers in Algeria – Meta-Analysis	
Maamar MISSOUM	32
Difficultés scripturales en FLE chez les employés de la direction de l'unité postale	
Dr. Schahrazed SOUAME	49
Pratiques linguistiques et pratiques glottopolitiques de la presse francophone indépendante	
Sarra Fatima ABBACI	61
L'efficacité des sites web dans la stratégie de communication marketing des offres touristiques en Algérie : Cas d'étude : le site web de Ministère du Tourisme et de l'Artisanat(MTA)	
Dr. Ismail BENDEBILI	74
إشكالات التّحاور السوسيوثقافي في ترجمة الرواية السودانية – دراسة تحليلية نقدية لنماذج مترجمة من العربية إلى الفرنسية رواية ()	
يونس إسماعيل محمد يونس	88

The "Arab Spring": Any Appellation but Revolutions

Selma BENCHEIKH⁽¹⁾ Abdelghani Nait Brahim⁽²⁾

1-Badji Mokhtar University –Annaba, benchikh_selma@yahoo.fr

2-Higher Normal School of Oran, naitbra@yahoo.fr

Received: 06/03/2023

Revised: 12/10/2023

Accepted: 12/10/2023

Abstract

This article aims at revisiting, with a view to rebutting, the widespread belief, especially in the West, that the 2010-11 outbursts of popular protests that shook the Middle East and North Africa (MENA) region were revolutions. By examining these crises, named the "Arab Spring", through an analytical lens, hence, it seeks to conclusively demonstrate their unrevolutionary nature. To this end, it inescapably draws on key criteria accumulated from the revised 'Theory of Revolution' to gauge the essence of the uprisings. The appraisal, precisely, focuses exclusively on Egypt and Tunisia, the only two countries where regime change materialized.

Keywords: Theory of revolution, arab spring, middle east and north africa, Egypt, Tunisia.

« الربيع العربي »: أي تسمية ما عدا ثورات

ملخص

يهدف هذا المقال إلى مراجعة الفكرة الشائعة، خاصة عند الغرب، بأن المظاهرات الشعبية التي هزت منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (خلال 2010-2011) كانت ثورات وذلك بقصد دحضها. من خلال دراسة هذه الأزمات المسماة "الربيع العربي"، من وجهة نظر تحليلية، يسعى هذا المقال إلى إثبات طابعها غير الثوري بشكل قاطع. لهذا الغرض، يعتمد هذا المقال، أساساً، على معايير مستمدة من "نظرية الثورة"، لأجل تبيان طبيعة الانتفاضات في المنطقة المذكورة. يركز هذا التقييم، بالأخص، على مصر وتونس، البلدين اللذين تجسدت فيهما تغيير النظام.

الكلمات المفتاحية: نظرية ثورة، ربيع عربي، شرق الأوسط وشمال إفريقيا، مصر، تونس.

Le "Printemps Arabe": n'importe quelle désignation sauf révolution

Résumé

Cet article a pour but de revoir, dans l'intention de réfuter, l'idée répandue, notamment en Occident, que les manifestations populaires ayant ébranlé la région du Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MOAN), en 2010-11, étaient des révolutions. En étudiant ces crises, appelées "le printemps Arabe", d'un point de vue analytique, cette étude vise à prouver leur caractère non-révolutionnaire. A cette fin, l'article s'appuie sur les critères tirés de la théorie de la révolution pour juger de la nature de ces soulèvements essentiellement en Egypte et en Tunisie, les deux pays dans lesquels le changement de régime s'est concrétisé.

Mots-clés: Théorie de révolution, printemps arabe, Moyen-Orient et Afrique du Nord, Egypte, Tunisie.

Corresponding author: Selma BENCHEIKH, benchikh_selma@yahoo.fr

Introduction:

The ‘‘Arab Spring’’, the wave of popular protests that shook the Middle East and North Africa (MENA) region in 2010-2011, has been chronicled for the generations to come as the fruit of a single brave act of a Tunisian young vendor named Mohamed Bouazizi who set himself ablaze to demur to tyranny in Tunisia. Bouazizi’s self-immolation, allegedly rooted in a slap, the humiliation he incurred at the hands of a policewoman, has thus been taken for granted in many Western scholarly and journalistic accounts as the spark of the MENA crises. In a loosely worded narrative which plainly lacked empirical basis, the crises, driven by popular clamour for the removal of oppressive regimes permeating the region, were hence uncritically treated and perceived as revolutions. In tackling this lack of academic rigour, therefore, the core aim of this article lies in invalidating such widespread perception of the MENA uproar. To this end, the furor is necessarily discussed against background information and terminology drawn from the ‘Theory of Revolution’. With a particular emphasis placed on Tunisia and Egypt wherein dictatorship was assumably extirpated, the study attempts to expose, arguably, the failure of the MENA cataclysm to pass the theoretical test of a revolution. It does so by bringing to light the well documented leaderless character of the alleged revolutions in addition to weighing their outcome against popular demands.

1– The Revolutionary Situation: Theoretical Background

The conditions a socially tumultuous situation has to meet to earn the label revolution remain a scholarly divisive issue. When scrutinizing, for the sake of theorizing, commotion threatening a country’s status quo, scholars, addressing ‘revolution’ from a sociological angle, did not tally over its definition, roots, timing, and duration. Due to such controversy, inquiries into the phenomenon in the course of time begot a multitude of theoretical works which were classified by the American sociologist Jack Goldstone into three distinct generations whilst the fourth one is still awaiting to germinate. These were ‘the natural history of revolution’, the ‘general theories of revolution’, and ‘the structural theories of revolution’⁽¹⁾. Academia’s failure to produce a uniform ‘theory of revolution’ that could be used to confirm or disconfirm the revolutionary nature of an agitation shaking a particular society should not be viewed as a stumbling block. Of note, robust, luminous findings coupled with common notions embedded in the definitions of the concept which were brought to light ensuing multiple theorizing attempts, do make up for the lack noted. They remain both useful and reliable references when gauging the essence of a contumacious event, like the ‘Arab Spring’.

1-1- The Revolution Catalysts:

To start with, attention is called to the genesis of a revolution. As foregrounded previously, there are no specific reasons presaging a revolution. In their incessant endeavours to theorize on the issue, academics unearthed some catalysts. Poverty, in this vein, has been recorded as the oldest instigator. Dating back to Ancient Greece, it had been bespoken by philosopher Plato and his disciple Aristotle as a revolution trigger⁽²⁾. The French sociologist and political theorist Alexis de Tocqueville argued for its antonym, pressing wealth as having the potential to induce a revolution, accordingly⁽³⁾. Gizachew Tiruneh, Associate Professor of Political Science, contributed elucidation to the point. He signaled the positive impact of a healthy economy on education in particular. During thriving economic times, money benefits education, augmenting, hence, its rate as its access is made easier and more open. Education, definitely, abets awareness, exposure to and reception of new ideologies. When cognizance broadens, it may be threatening to the incumbent regime as it is likely to translate into demands not only for the improvement of the existing socio-economic situation, but also for political participation, besides nurturing aspirations for more civil rights. The spectre of revolution looms over a regime, as Tiruneh contended, when the latter demands and aspirations are unsatisfied⁽⁴⁾.

Frustration, another revolution activator, was at the core of two theories. These were the ‘J-Curve theory’, fathered by James C. Davies, and ‘relative deprivation’, established by Ted

Gurr. The former rests on a boom/bust conjuncture. Precisely, it highlights a period of economic expansion during which people's expectations for a better life are hyped up. Such expectations are dashed, however, in the event of a sudden contraction, afflicting, therefore, people psychologically. Buoyancy is soon replaced by frustration which bursts into violence when reaching a flash point⁽⁵⁾. The latter is based on an argument which is not quite dissimilar. Popular frustration, in this vein, stems from a gap which comes into being from what people think they deserve to get from society because of its palpable economic potentials and what they will actually receive. If people's expected dues are met with a protracted deprivation, frustration heightens as does its likelihood to transmute into a revolution⁽⁶⁾.

Indeed, the list of stimulants diversified as Goldstone added demography which formed the gist of his theory. According to the latter, what makes a state vulnerable to revolution is population growth wherein the youth rate is conspicuously high. From Goldstone's eye view, population expansion has detrimental effects on the economy as it brings about inflation. This fact renders a state financially crippled, that is, unable to accommodate the rising professional ambitions of the elites, causing, consequently, elites' internal struggles, disaffection with and alienation from the state. In addition to the existing popular grievances nursed by the ailing economy, this elites' condition makes the threat of a revolution imminent when coupled with a high rate of youth in the expanded population⁽⁷⁾.

Goldstone, hence, provided insightful information pertaining to the role the youth could play in begetting an environment conducive to revolution. He played up, in this respect, the threat posed to the state by a more educated youth which he bared as a plausible by-product of population growth. More educated people result in an increasing demand for elite positions that cannot be gratified given the state's financial burdens, as he noted. Rivalry for limited job opportunities explains, hence, the foregoing elite conflicts⁽⁸⁾. Educated or not, the same scholar perceived youth as provocateur of "instability." These "large youth cohorts," with "fewer responsibilities and careers" have a propensity to embrace new and extremist ideas that can be challenging to the status quo. This is why they "are relatively easily mobilized"⁽⁹⁾. In this context, he gave prominence to "a large youth bulge an expansion of the 15 to 25 age cohort"⁽¹⁰⁾ which he documented as having historical precedents in "political crisis"⁽¹¹⁾.

1-2- The Revolution's Defining Features:

Contrary to its causation, there is some visible common ground among scholars on what a revolution is besides its being, by definition, an event aiming primarily at overthrowing the incumbent regime. For the American sociologist Theda Skocpol, a revolution means changes that affect the entire socio-political fabric of a society. Taking place, necessarily, in no time, they are the result of contumacy emanating from and powered by the lower class. "Social revolutions are rapid, basic transformations of a society's state and class structures, and they are accompanied and in part carried through by class-based revolts from below," as she put it⁽¹²⁾. The following is a sample of definitions taken from the reviewed literature on the concept. In each definition, it is noteworthy, the rapidity of change which occurs with the materialization of the ancien régime is substantiated and is unveiled, just like regime change, as an intrinsic element beyond doubt. Each lifts the veil on additional information typical of the concept. In Jeff Goodwin's conceptual clarification, the changes wreaked are inclusive. They do not only transcend, in their nature, the socio-political ones, but are, most importantly, instantaneous. "[R]evolutions entail not only mass mobilization and regime change, but also more or less rapid and fundamental social, economic and/or cultural change, during or soon after the struggle for state power"⁽¹³⁾. From S. N. Eisenstadt's standpoint, a revolution "connotes upheaval, rapid change, discontinuity, and violence"⁽¹⁴⁾. For Samuel P. Huntington, it is "a rapid, fundamental, and violent domestic change in the dominant values and myths of society, in its political institutions, social structure, leadership and government activity and policies"⁽¹⁵⁾.

Scholarly unanimity over the inclusion of the qualifier 'basic', or its synonym 'fundamental' in the conception of revolution, it merits attention, forcefully communicates

another key detail. Besides being imperatively swift, the ensuing transformation should be profound, or “radical,” as qualified by Goldstone⁽¹⁶⁾. This is reinforced by the notion ‘discontinuity’ underscored by Eisenstadt. Academic concurrence extends to ‘violence’ as another feature. While it is too obvious in Eisenstadt’s definition and in that of Huntington through the use of the adjective ‘violent’, it is implicitly pressed by Skokpol and Goodwin through the words ‘revolt’ and ‘struggle’, respectively.

Albeit part of its semantic composition, violence is, according to Hannah Arendt, not a revolution hallmark as it is a characteristic it shares with “coups d’état” and “palace revolutions” as well with a key remark pertaining to change underscored. In the former, that is, revolution, change caused is expansive and inclusive of all domains. In the latter, to wit coups d’état and palace revolutions, it is restricted to “the sphere of government” and in which “power changes hands from one man to another, from one clique to another, depending on the form of government,” as Arendt contended⁽¹⁷⁾. In the same spirit, a revolt, whose synonym is a rebellion, is too a violent event. Unlike revolution, however, it is not threatening to the existing order as it can be easily quashed⁽¹⁸⁾.

The inclusion of ‘class-based revolts’ in Arendt’s definition, and ‘mass mobilization’ in Goodwin’s description bring to view another defining feature. The fact of underlying a revolution is the participation of commoners. “The most indubitable feature of a revolution,” as Leon Trotsky argued, is “the direct interference of the masses”⁽¹⁹⁾. Besides the degree of change stressed earlier, what further distinguishes a ‘revolution’ from a ‘coup d’état’ are the masses. A coup, in this context, “does not depend on a mass following” as it is “an elitist exercise”⁽²⁰⁾. Mass mobilization, it isdeserves attention, is the elite’s accomplishment⁽²¹⁾. Without the elite, popular outburst of anger cannot be more than a revolt/rebellion which is, as said previously, easily crushed by the incumbent regime. It is only when underpinned by the elite that a revolt/rebellion can metamorphose into a revolution⁽²²⁾.

In that vein, to “make or try to make a revolution” requires “two groups with different sorts of political capacities and ambitions,” as Michael Waltzer wrote through Vladimir Lenin’s lens. These groups are “a revolutionary class whose discontent provides the energy and whose members supply the manpower, and an intellectual vanguard that provides ideology and leadership,” as he argued. A revolution, to wit, is a requisite synergy between the masses, aka, the “revolutionary class” or “class consciousness,” on the one hand, and the elite, aka, the “intellectual vanguard”, the “vanguard” or the “vanguard consciousness,”⁽²³⁾ on the other. Besides mobilizing the masses, providing organization, and assuming leadership, the vanguard is indeed the provoker of change as it has “a revolutionary perspective, program, and trained cadres,” without which “there can be no successful revolution”⁽²⁴⁾. A revolution, briefly, ushers in an incontestably fresh period which unfolds with the creation of a new regime whose break with the past should be manifest in drastic, imminent changes. The latter stem from the elite’s road map, the very weapon used to wrest power from the incumbent regime.

2– The Arab Spring Put to the Revolution Test:

Against the foregoing theoretical background information about revolution, the following debate is an endeavour to scrutinize the MENA crises from a tighter academic and critical perspective with a special emphasis placed on Egypt and Tunisia whose dictators were deposed. Within a purely revolutionary context and drawing from the revolutionary lexicon, therefore, the discussion displays the etiology of the uprisings, reveals not only the well documented state of the vanguard, but also popular demands that it juxtaposes unavoidably with the outcome. It does so with a view to exposing the failure of the “Arab Spring” to pass the revolution test.

2-1- Etiology of the “Arab Spring”:

Many scholarly and journalistic accounts captured socio-economic woes underlying Mohamed Bouazizi’s self-immolation as the genesis of the Arab crises. Alasdair McKay, for instance, pressed this “[o]ne man’s self-immolation” as the trigger of “[v]iolent

demonstrations and riots” in Tunisia which denounced “high unemployment, corruption, food inflation and lack of many political freedoms”⁽²⁵⁾. Such multifaceted tribulation, however, was not exclusive to Tunisia as “[m]ost Arabs were in Bouazizi’s shopless position”⁽²⁶⁾. The act of self-sacrifice has also unveiled Bouazizi’s dignity that had been trampled over by the unscrupulous and coercive police. Such offense to dignity was, too, reported as another plight he shared with peers across the region. His death “resonated with millions of impoverished Arabs, including Egyptians, Libyans, Yemenis, and Syrians, who related to his desperation, humiliation, and pride, as well as his humble background,” as Fawaz A. Gerges, author and Professor of Middle Eastern Politics and International Relations, put it⁽²⁷⁾. It is important to underline, in this connection, that the MENA “uprisings” Bouazizi’s brutal act sparked “were quickly termed ‘revolutions’”⁽²⁸⁾.

In fact, the treatment of Bouazizi’s tragic act as the embodiment of an entire region agonizing socioeconomically clashes with, then, a well documented reality. This was the healthy economic situation of the MENA prior to being popularly shaken⁽²⁹⁾. Weighed against Bouazizi’s immolation and the grievances it symbolized, such a fact was visibly less covered and/or addressed while illuminating the fountainhead of the Arab protests. What explains popular wrath whilst the MENA countries were economically well-conditioned is too pronounced in the case of both Egypt and Tunisia. It was the unfair distribution of wealth and its exploitation by the few, failing, thus; to reach the masses to live up to their economic expectations in particular. Definitely, “six years” before the MENA hubbub, Egypt experienced an “economic boom” which “widened the gap between the poorest and richest and put the middle class in an economic cramp”⁽³⁰⁾. Likewise, “the overall economic situation in Tunisia has improved in the last decades.” However, “regional disparities have widened, with the south/west of the country excluded from the benefits of sustained growth”⁽³¹⁾.

With Bouazizi’s self-immolation mirroring, according to academia, the plight of an entire region that was rather economically sound, scholars and commentators were, to a great extent, unanimous on the causes of the MENA uprisings. As it is not a moot point, the oft repeated reasons adduced while demystifying the “Arab Spring” included: blatant economic inequalities, and thus; pauperization of the masses due to the manipulation of the economy by the ruler and his entourage; high unemployment rates prompting feelings of desperation, frustration and isolation among university graduates in particular; rampant corruption; violation of fundamental human rights and liberties by the repressive regimes; favoritism; resolve to restore dignity⁽³²⁾, and the new generation’s repressed political aspirations because of the ruler’s stranglehold on political power, with Libya and Egypt foregrounded as the two countries wherein the intent to set up a ‘dynastic’ presidency was too visible⁽³³⁾.

It is noteworthy that Bouazizi’s self-immolation which echoed the socio-economic woes of the MENA grassroots coupled with their desecrated dignity on the one hand, and the healthy economy of the entire region, on the other, are a perfect match within the revolutionary context. To redress the frail rendition of the MENA fountainhead in the western treatises examined, they precisely bring into view Robert Gurr’s ‘relative deprivation.’ In more naked terms, the MENA populace expected natural betterment of their standards of living as the region’s economies were doing well. Because of their dictator’s insatiable greed, however, all hopes for a decent life were dashed. A gap between what they thought they rightfully had to get and what they really received ensued, accordingly. The unfulfilled expectations, in a word, occasioned popular discontent in the form of the “Arab Spring.”

The MENA situation, it has to be stressed, was further aggravated as ‘relative deprivation’ was accompanied by an increasing rate of youth resulting from the region’s population growth. There was, in other words, a “youth bulge” aged between 15-29⁽³⁴⁾, roughly the cohort that Goldstone exposed in his theory as most prone to dissent. Making up the majority of the MENA citizenry, this population of youngsters has been on the rise since the 1990s. Their youths’ crunch time was rooted in scarcity of jobs and opportunities, a predicament that

faced mainly university graduates⁽³⁵⁾. Such MENA plight, put differently, explains why “Bread, freedom, social justice, and human dignity (al karama) were the rallying cries that echoed from mayadeen al-tahrir (liberation squares) in Tunisia, Egypt, Libya, Yemen, Bahrain, Syria, and elsewhere”⁽³⁶⁾. Those slogans went hand in hand with another “common refrain heard everywhere from Yemen to Egypt, Syria to Bahrain – the people want the fall of the regime”⁽³⁷⁾.

As evinced theoretically, popular grievances and uprisings lack the puissance to unseat regimes. They can transmute, however, into a destabilizing force only when the elites join forces. An apposite question, in this regard, invites itself. What did the vanguard contribute to the MENA uprisings so that the term ‘revolutions’ was ascribed to the crises and was predominant in the western narrative? As clearly shown in the following sample of comments drawn from authoritative academic and journalistic writings, the answer to the query is zero contribution as the intellectual vanguard was noticeably absent.

2-2-The Leaderless Revolutions:

Addressed individually or lumped together, scholars and commentators were visibly united on the leaderless nature of the alleged MENA revolutions. “In the Tunisian case the youth cyberprotest and street demonstrations were marked by the absence of any leader, association, or political figure or party as a distant top-down leadership,” as Marzouki et al. put it⁽³⁸⁾. The Tunisian uprising, put differently, was “leaderless in the classic sense – there was no longstanding revolutionary figurehead, traditional opposition leader, or charismatic speechmaker to radicalize the public,” as pressed by the Journal of Democracy⁽³⁹⁾. In Egypt, likewise, the so-called revolution was also said to be “leaderless”⁽⁴⁰⁾. It goes without saying that the absence of a clear leader or leaders during the revolutionary process is tantamount to the nonexistence of a road map, the sine qua non of transition to a new period.

The Algerian author Ahmed Bensaada, in that vein, underscored the absence of ideological change characterizing the Arab crises, a remark which alludes, too, to the lack of leadership⁽⁴¹⁾. Definitely, “One of the most remarkable features of the uprisings that swept the Arab world was the absence of political parties, Islamist movements and established civil society organizations from the ranks of those protesting against incumbent regimes,” as Vincent Durac, Associate Professor in the Middle East Politics, observed. “From the earliest phases of the protest movements in Tunisia and elsewhere across the region, commentators noted their amorphous nature – youth-led, non-ideological, horizontal, [and] leaderless movements,” Durac further asseverated⁽⁴²⁾.

2-3- The Outcome:

Such well-established lack of revolutionary vision which translates into a lack of sudden, drastic change, a key component of a revolution, explains why “in many of these countries the emerging alternatives to deposed dictators are not very different or alternative”⁽⁴³⁾. The following discussion which inspects the outcome of the alleged revolutions in both Egypt and Tunisia supports the latter remark while bringing out its pertinence.

2-3-1- Egypt: The Grim Cycle of Totalitarianism

In the case of Egypt, the absence of rapid, radical transformation was too pronounced. After ousting Mubarak⁽⁴⁴⁾, the Supreme Council of the Armed Forces (SCAF) took over the reins of government for a transitional period. SCAF, it is noteworthy, was nothing but “a Mubarak holdover”⁽⁴⁵⁾, or a miniature of the evinced regime. This is obvious from its membership, a group of army generals who were close to the deposed president as they worked with him for years⁽⁴⁶⁾. The alleged revolution, in other words, culminated in changing the leadership, but definitely not the regime which remained authoritarian⁽⁴⁷⁾. This explains why some scholars perceived the January 25, 2011 uprisings as “a soft military coup”⁽⁴⁸⁾ or “a coup in the guise of democracy”⁽⁴⁹⁾. The perception is, indeed, legally bolstered. When the office of President falls vacant for specific reasons, the position of interim president goes to the President of the Lower House of Parliament, not SCAF, as stipulated by the 1971 Egyptian Constitution⁽⁵⁰⁾.

That the Egyptian uprisings looked more like a coup than a revolution is further corroborated by SCAF's anti-revolution conduct in the post-Mubarak Egypt.

Instead of responding to popular clamor for change, SCAF, with a view to preserving the privileges of the military, "tried to dominate the constitution-making process"⁽⁵¹⁾. Once in power, thus, the council unilaterally appointed an unrepresentative committee to amend seven articles of the 1971 constitution which received, on March 19, 2011, wide popular consent. Yet, on March 30, it repealed Egypt's constitution and issued, in another unilateral move, an Interim Constitutional Declaration to legally guide the country during the interregnum⁽⁵²⁾. The declaration, an interim constitution, concentrated legislative and executive powers into the hands of SCAF, tightening, accordingly, its control on the other two key state's institutions until elections would be held⁽⁵³⁾. In June, it added amendments to the declaration thanks to which it "aimed to maintain its presence as a supra-governmental body even after the election of a new president"⁽⁵⁴⁾. To this end, it secured the military unbridled constitutional powers. It granted the institution from which it hails full power to oversee its own affairs. Besides curtailing the powers of the coming president, it arrogated to itself the right to wield leverage on the drafting of the new constitution⁽⁵⁵⁾.

In that quest to maintain its grip on power, SCAF reneged on "its promises to serve as a short-term caretaker government"⁽⁵⁶⁾ to become a gross violator of human rights. Under its 18-month leadership, to take some examples, civilians were prosecuted in military courts where stringent verdicts were delivered, and the right to appeal and defense denied. Of note, these prosecutions which amounted to virtually 12,000 far exceeded the number of civilian cases tried militarily during the 30-year rule of Hosni Mubarak. It even used lethal force, its military police, to quell the youth movements, causing several massacres, such as the massacres of Maspero, and the Port Said Stadium. Under the pretext of being a threat to economy, national security and order, heavy fines and imprisonment were other repressive measures included in the laws it enacted to criminalize all forms of protests, mainly labor strikes⁽⁵⁷⁾. Despite promises to annul the state of emergency law when seizing power, it widened the scope of its application⁽⁵⁸⁾.

Change in Egypt failed to unfold even when Mohamed Morsi, the Muslim Brotherhood (MB) leader, became the country's first democratically elected president in June 2012. Just like his predecessor SCAF, Morsi acted unilaterally to monopolize the state's institutions. Waiting for a new constitution to be adopted, he thus issued, on November 22, 2012, the constitutional declaration through which he granted himself overwhelming powers while insulating his decisions from judicial supervision⁽⁵⁹⁾. The declaration was "[t]he clearest signs of Morsi's authoritarian imposition which marked the return to Mubarak-style presidency without even the legal cosmetics that the previous regime employed to justify its authoritarian ways," as Gamal M. Selim, Assistant Professor of Political Science, contended. "At the core of the new authoritarianism lay the practice of the "Brotherhoodization" of the state (Akhwanat al-Dawla), according to which brotherhood members replaced former . . . officials on key posts as ministers, governors, and heads of governmental organizations, while any dissenters were marginalized or co-opted," as Selim further illuminated⁽⁶⁰⁾. 'Akhwanat al-dawla' was also seen in the intent of the Muslim Brotherhood to inject their ideology into the new constitution. This is said as the constituent assembly, the body tasked with writing the new constitution, was characterized by an Islamist-dominated membership⁽⁶¹⁾. Indeed, in December 2012 and after a referendum, Morsi signed into law the "controversial Islamist-backed constitution," as France 24 put it⁽⁶²⁾.

Besides the foregoing constitutional manipulations, Morsi's iron fist-rule was also reflected in Egyptians' human rights which were, like during SCAF's days, crushed despite initial pledges to democratize the country. In this vein, freedoms of expression and assembly as well as religious liberties were assaulted. Harassment of political and labor activists persisted as did the ruthless suppression of both political and social protests. Torture and mistreatment in police stations stepped up. Muslim Brotherhood's supporters were given carte

blanche to use violence which included torture and even killing when reacting to their opponents⁽⁶³⁾. These were indeed just some examples taken from a litany of human rights transgressions committed by former President Morsi in his endeavour to maintain an iron grip on Egypt. They definitely added to the economic situation which did not improve as the Brotherhood-led government allowed the neoliberal policies, the source of Egyptians' immiseration, to endure⁽⁶⁴⁾.

In July 2013, Morsi, just like Mubarak, was overthrown ensuing a military coup led by Abdel Fattah al-Sisi, then the army's top general. Galvanized by nationwide popular calls to end another authoritarian regime⁽⁶⁵⁾, this second regime change brought Egyptians back to square one. Instead of progressing, thus, post-Mubarak Egypt kept regressing on all fronts. Al-Sisi who ascended to the presidency in June 2014 also quenched popular hope for a new Egypt. Definitely, three years after the Arab Spring's outburst, the roots of the 25 January uprisings, mainly the socio-economic grievances, were still vivid. As reported by BBC, Al-Sisi's promises to redress the economy came to naught. During his first term, the living standards declined, and Egyptians' spending power deteriorated because of Egypt's depreciated currency⁽⁶⁶⁾. Youth unemployment, in addition, remained an unsolved mystery⁽⁶⁷⁾.

Equally important, al-Sisi met popular demand for dignity restoration during his two terms in office with an abysmal track record of human rights abuses. His first four-year term was characterized by "the worst deterioration of human rights . . . over the last several decades," as highlighted by The World⁽⁶⁸⁾. In its World Report 2018, Human Rights Watch underscored, when expatiating upon the Egyptians' rights situation for the year 2017, a raft of violations by al-Sisi's regime. To cite a few instances, the regime persisted in referring civilians charged with political dissent, whether violent or peaceful, to military courts. It also continued the policy of banning and penalizing peaceful gatherings. Granted impunity, the security forces were involved in scores of arbitrary detention, enforced disappearance, and torture⁽⁶⁹⁾.

In its World Report 2019, the same organization put stress on the exacerbation of human rights crisis for the year 2018, the first year in al-Sisi's second term in office. Resulting from a rigged election, as the organization argued, this term was characterized by further erosion of human rights. In this connection, arrests, violence and intimidation to muzzle criticism of the government escalated. Crackdown on freedom of speech, violations of Egyptians' privacy, imprisonment of online activists, and media censorship without writs were all legitimized. The increasing number of executions and death sentences, as the same report noted, placed Egypt among the top ten nations in the world infamous for such practices in 2017⁽⁷⁰⁾. These were, indeed, just a few examples out of many.

With the political scene purged of opposition thanks to the aforesaid repressive measures, al-Sisi pushed for constitutional amendments, in 2019, to elongate his tenure and solidify his power grab, a move that has all the contours of a dictatorship. As reported by ALJAZEERA, the amendments to the 2014 constitution, which won sweeping popular blessing in a referendum in April 2019, extended his current term to six years and added a third one, leaving him in office until 2030, accordingly. Among other things, the changes also granted him jurisdiction over the judiciary by entrusting him with the appointment of senior judges. Equally important, they assigned the military a political role⁽⁷¹⁾. African Arguments, a pan-African platform for news, investigation and opinion, warned against the repercussions of the military's political sway. By making it the guardian of the constitution and democracy, precisely, the amendments render legitimate a coup against an elected government. Moreover, they give the institution free rein to step in politically⁽⁷²⁾. This could be done, one has to add, under the pretext of thwarting threats, whether they are authentic or not. Such military omnipotence also translates into a potent tool against dissent.

Al-Sisi's curbs on Egyptians' basic rights together with the constitutional amendments that made both the executive and the military supreme are obvious signs of "the institutionalization of authoritarianism in a bid to secure his rule"⁽⁷³⁾. Ironically, therefore, when the masses took to the streets to get rid of a strongman, their uprising boomeranged,

bringing to power a much stronger strongman. Compared to Mubarak's "mild authoritarianism," however, "Sisi imposed a much tighter form of totalitarianism"⁽⁷⁴⁾. His regime, in other words, was "more dictatorial, [and] more stifling"⁽⁷⁵⁾. Such retrogression to autocracy seems to have just one explanation. As a form of government, dictatorship is so well entrenched that Egyptians, even when rising up, failed to unshackle themselves from its grip.

2-3-2- Tunisia: People's Endless Socio-Economic Agony Despite Democracy

Contrary to Egypt and the rest of the MENA countries, "Tunisia has been widely viewed as the only success story of the "Arab Spring" protests"⁽⁷⁶⁾. Compared to Egypt, the Tunisian uprisings ushered in a new era, politically. This was visible in its adoption, in 2014, of a new constitution which was said to measure up to those long-standing democracies as important human rights were enshrined. It was followed by successful parliamentary and presidential elections⁽⁷⁷⁾. Though radical, such transition to democracy proved to be not the panacea for the country's ailing economy. From 2014, the year Tunisia's profound political revamp materialized, to 2019, the year before it would, like the rest of the world, undergo the detrimental effects of COVID-19 pandemic on particularly its economy, the spectre of social instability continued to hang over the country. As it is clear in the following brief but pointed display of facts pertaining to the foregoing time frame, with a special focus on young Tunisians' predicament, the nation was plagued by yearly recurrent popular protests prodded by the unresolved socio-economic grievances. As opposed to politics, Tunisia failed, in other words, to make a rupture with the past economically. This in itself is enough to call its extolment as the sole success story into question.

In that vein, the youth's economic frustration which is rooted in unemployment, one of the key drivers of the 2010-2011 popular upheavals did not defuse in 2014 despite the political strides made. Then, young Tunisians were unable to achieve a measure of social justice as their struggle with economic marginalization, limited socio-economic opportunities, and unemployment persisted⁽⁷⁸⁾. The following year, the economic situation exacerbated. The tourism industry, a vital source of income and the country's economic pillar, was hit hard by terrorist attacks on the Bardo Museum and a Sousse beach resort, causing a spike in both poverty and unemployment⁽⁷⁹⁾. In 2016, Tunisia, again, failed to "tackle economic malaise, alienation and frustrations of North Africa youth"⁽⁸⁰⁾. Then, the increasing youth unemployment sparked violent protests which were viewed by France 24 as "the worst social unrest in the country since the 2011 revolution"⁽⁸¹⁾. The lack of jobs continued to inflame social agitation in the so-called post-revolution Tunisia. Six years after the alleged revolution, that is, in 2017, protests over the same pending issue pushed young people to vent their disillusionment in the streets. This outpouring of rage led Youssef Chahed, then Prime Minister, to formally acknowledge the failure of his government to address Tunisians' grievances that spawned the 2011 protests, as ALJAZEERA revealed⁽⁸²⁾.

The adoption of austerity measures in 2018 further tightened the noose around Tunisians. Fuelled by the inability of the country to recover from the 2015 terrorist attacks, the measures foisted tax increases on some basic consumption goods and services, prompting, therefore, a wave of violent anti-austerity protests⁽⁸³⁾. Seven years following the uprisings, in other words, "the economy remain[ed] wracked by corruption and clientelist networks"⁽⁸⁴⁾. This explains why "the protesters' economic demands remain[ed] unaddressed and many economic indicators have gotten worse"⁽⁸⁵⁾. In 2019, "Tunisians anger at the high cost of living, unemployment and decline of state services since the overthrow of Zine El-Abidine" was still intense⁽⁸⁶⁾. It has to be underscored, in this context, that post-Ben Ali leadership failed to resolve Tunisians' grievances even though, politically, the country went through ten government changes from 2011 to 2019⁽⁸⁷⁾. These many reshuffles, definitely, lay bare two key realities that speak for themselves.

First, Tunisia never developed, either prior to or after its purported revolution, a viable economic program to respond to its citizens' unrelenting SOS for a decent life. The Carnegie Endowment for International Peace attributed Tunisia's persistent economic troubles to the

inability of post-uprising leadership to introduce essential reforms and adopt comprehensive policies to rid the country of the root causes behind its citizens' outpouring of wrath in 2010-11. As the think tank revealed, no laws were enacted to fight corruption whose practice worsened since the alleged revolution. Moreover, as unemployment persisted and even skyrocketed, it drew an increasing number of youngsters to the informal sector which, indeed, deprived the state of significant tax revenues. Unsettled, regional disparities widened. As the economic activity is concentrated in the coastal region, public investment continued to benefit this region at the expense of the country's hinterlands which remained undeveloped, suffering, accordingly, from an enduring lack of social justice, high unemployment and widespread poverty⁽⁸⁸⁾. Clearly, despite a shift to a new system of governance and many cabinet turnovers, Tunisia did not succeed to dispense with the economic policies of the Ben Ali regime.

Second, Tunisia's transition to democracy, one has to asseverate, is undoubtedly not the effective antidote to its struggling economy. This is bolstered by two facts. First, democracy did not pay economic dividends, according to the previous exposition of facts between 2014 and 2019. Second, instead of galvanizing some socio-economic headway, the political makeover caused regress as the nation faced new challenges and threats. Besides making social unrest chronic in post-Ben Ali era, persistent economic precarity, it is noteworthy, plunged the country into further troubles. With a faltering economy, therefore, the inability of the new leadership to bring to fruition, particularly, young people's socio-economic aspirations gave, alarmingly, impetus to the rise of brain drain and clandestine migration.

Between 2011 and 2017, precisely, tens of thousands of highly educated and thus qualified workers headed to Europe, the Gulf, and Canada where higher wages and better living conditions were alluring. Aged between 25 and 35 are the ones who fled, including architects, doctors, academics, and engineers. The push factors, ironically, echoed the same root causes triggering the Tunisian upheaval, namely lack of both tangible change and improvement in the living standards, hopelessness, in addition to joblessness which soared during the aforementioned period⁽⁸⁹⁾. As university education is subsidized by the government, the relocation translates into a loss of valuable human capital which dealt a heavy blow to an economy already ailing⁽⁹⁰⁾. Moreover, youngsters' dashed hopes for better living conditions fed their disillusionment which prompted, in 2018, a new wave of illegal migration. Chasing a job and a brighter life, then, more than 3,300 Tunisians landed in Italy, risking their lives on rudimentary boats⁽⁹¹⁾. With such a number, "Tunisia . . . overtook Eritrea as the country with the largest number of migrants entering Italy by sea"⁽⁹²⁾.

Rather than ushering in a new era assuring welfare to Tunisians, the so-called revolution, more importantly, placed Tunisia under a ticking time bomb. Besides unrelenting socioeconomic frustration, the country wrestled with new security threats. Precisely, the deterioration of the security situation arose from radical jihadist ideology that would be appealing to many desperate youngsters. After decades of repression under the rule of both former presidents Bourguiba and Ben Ali, the fall of the latter's regime gave a new lease of life to radicalization. Then, amnesty was extended to jihadists who would trade on the poor economic situation of the post-2011 period to spread their ideology. In this regard, Ansar al-Sharia Tunisia was the most influential jihadist group in post-Ben Ali Tunisia. To promote Sharia law across the country, the group embarked on a proselytizing mission which relied on providing social service, such as food and medical care, to people living in the country's marginalized regions, notably the country's interior, west and south. Such assistance proved to be very effective as it struck a chord among mainly young Tunisians still victims of the same economic alienation underlying Bouazizi's self-immolation. By offering money and making promises, the group, thus, became home to those disillusioned youngsters who fell prey to its radical ideology⁽⁹³⁾. Since 2011, radicalization took hold of the country, turning it into "one of the top exporters of Salafi jihadist fighters, with more than 5,500 Tunisians fighting with jihadist groups in Iraq, Libya, Mali, Syria, and Yemen as estimated by the UN in 2015"⁽⁹⁴⁾.

Tunisia's democratic transition is undeniably a significant political gain. However, it is arguably not Tunisians' long-awaited change as their call for a new dawn was apolitical. In this respect, it is important to remind that popular demands in the MENA countries shaken by uprisings, crystal clear in the banners waved, were uniform. As has been unveiled previously, the masses in Tunisia and throughout the region clamoured for 'bread', 'social justice', 'freedom' and 'human dignity'. Whilst bread evokes a pay and thus a job, social justice stands for fair and equal distribution of wealth, opportunities, and social privileges⁽⁹⁵⁾. Devoid of political dimension the freedom cry "means freedom from oppression, exploitation, corruption and a servile existence"⁽⁹⁶⁾. The MENA protesters also pursued the removal of their hard-handed rulers, without yearning, it has to be underscored, for a specific form of governance. In this sense, and based on the foregoing discussion, the West's treatment of Tunisia as a success story becomes an exaggeration, at best.

Conclusion:

The article set out to disconfirm the treatment, in the western narrative precisely, of the 2010-11 MENA crises as revolutions. With a special focus on Egypt and Tunisia whose dictatorial regimes were toppled, the "Arab Spring" was thus put to the 'revolution' test. The objective was to bring into view failure of the two countries to pass such test. Indeed, a set of root causes shared among the recalcitrant MENA countries was revealed. The fury of the MENA masses, based on the 'revolution lexicon', was precisely whipped up by 'relative deprivation' which intensified in the presence of a 'youth bulge' whose plight lay mainly in the exiguousness of jobs. Popular wrath and its genesis, however, cannot result in a revolution unless they amalgamate necessarily with another ingredient, the elite. Inquisition into the role played by the latter, in this connection, laid bare the leaderless character of the uprisings which was well documented. As the vanguard is, according to the 'theory of revolution', the instigator of radical change, its absence, the discussion concluded, was commensurate with failure to break with the past, and hence; to transition to a new period. The revolution test result, in other words, turned out to be negative. Yet, to lend credence to the conclusion, further scrutiny into Egypt and Tunisia as case studies gave prominence to the outcome of the purported revolutions.

In Egypt, as the analysis demonstrated, the same repressive environment that pushed Egyptians to clamour for the pharaoh's ouster persisted when SCAF, Mohamed Morsi, and Abdel Fattah al-Sisi successively took power. More importantly, the constitutional amendments that al-Sisi introduced during his second term to tighten his grip on power lifted the veil on a reality: despotism is so well entrenched a tradition in Egypt's political legacy that it is impossible to obliterate. As arguably shown, the amendments did not only consolidate, but, alarmingly, plunged Egypt further into totalitarianism as al-Sisi's autocratic rule transcended Mubarak's. This reversion to dictatorship that was accompanied, as conclusively evidenced, with erosion of Egyptians' rights in post-Mubarak era cannot be qualified as a revolution.

In Tunisia, a new era unfolded as democracy superseded dictatorship. Although drastic, this political transmutation is, too, not worthy of the label revolution because it did not avert social instability which was caused by economic troubles that perdured despite regime change. As dissection brought to light, democracy, above all, failed to live up to Tunisians' expectations, especially the youth's, for better living standards, a key demand fuelling popular strident calls for Ben Ali's ouster. Unresolved, popular grievances had detrimental effects on post-Ben Ali Tunisia. They did not only throw the country into a cycle of social turmoil whose flames were fanned by repeated protests, but they also caused new challenges which were sparked by mounting disgruntlement among youngsters in particular. Besides brain drain and illegal immigration, socioeconomic frustration set the stage for radicalization, adding, as a result, security threats to a nation that kept struggling economically. To further debunk the laudation of the uprisings as a successful story, that is, as a successful revolution, attention was drawn to two realities pertaining to democracy. On the one hand, it has been

arguably exposed that this system of governance has never been a popular call. On the other, the same system displayed its impotence in the face of citizens' socioeconomic demands, that is, its shortcomings to induce a new dawn, as the country remained entrapped, economically, in Ben Ali's policies.

Endnotes:

- 1- Goldstone, Jack A., (1982), The comparative and historical study of revolutions, *Annual Review of Sociology*, Vol. 8. pp 187-207.
- 2- Tanter, Raymond & Manus Midlarsky, (1967), A theory of revolution, *Journal of Conflict Resolution*, Vol.11, n 3. p269.
- 3- Ibid, p 269.
- 4- Tiruneh, Gizachew, (2014), Social revolutions: their causes, patterns, and phases, Sage Open, Vol. 4, n 3.p 6.
- 5- Davies, James C, (1962), Toward a theory of revolution, *American Sociological Review*, Vol. 27, n 1.p 6.
- 6- Gurr, Tedd, (1968), Psychological factors in civil violence, *World Politics*, Vol. 20, n 2. pp 252-253.
- 7- Goldstone, J. A., (1991), *Revolution and rebellion in the early modern world*. Berkeley, University of California Press, pp xxiii-xxiv, 125-26.
- 8- Goldstone, Jack A., (2002), Population and security: how demographic change can lead to violent Conflict, *Journal of International Affairs*, Vol. 56, n 1.p 10
- 9- Ibid, p 11.
- 10- Ibid, p 14.
- 11- Ibid, p 11.
- 12- Scokpol, T. (1979). *States and social revolutions*, Cambridge, Cambridge University Press, p 4
- 13- Goodwin, J. (2001). *Comparing revolutionary movements. No other way out: state and revolutionary movements, 1945-1991*, Cambridge, Cambridge University Press, p 9.
- 15- Huntington, S.P. (2006). *Political order in changing societies*, London, Yale University Press, p 264.
- 16- Goldstone, J. A. (1991), *Revolution and rebellion in the early modern world*. Berkeley, University of California Press, p 8.
- 17- Arendt, H., (1963), *On revolution*, New York, the Viking Press, pp 34-35.
- 18- Goldstone, J. A., (1991), *Revolution and rebellion in the early modern world*, Berkeley, University of California Press, pp xxi-xxii, 603
- 19- Goodwin, J., (2001). *Comparing revolutionary movements. No other way out: states and revolutionary movements, 1945-1991*, Cambridge, Cambridge University Press, p 9.
- 20- Weir, Robert F, (1978), What a revolution is – and is not, *Worldview*, Vol. 21, n 11. p 15.
- 21- Ibid, pp 17-18.
- 22- Pipes, Richard, (2015), *Introduction. A concise history of the Russian revolution*.
- 23- Waltzer, M, (1979). *A theory of revolution, Marxist Perspectives*, Vol. 2, n 1. pp 31-32.
- 24- Boggs James & Grace L. Boggs, (1970), The awesome responsibilities of revolutionary leadership, *Monthly Review*, Vol. 21, n11. p 6.
- 25- McKay, Alasdair, (2011), *The Arab spring of discontent*, E-International Relations, p 2.
- 26- Eyadat, Zaid, (nd), *The Arab revolutions of 2011: revolutions of dignity*. p 14.
- 27- Gerges, F. A. ed., (2014), *The new middle east: protest and revolution in the Arab world*, New York, Cambridge University Press, p 13.
- 28- Rosa, Erzsébet, (2012), The Arab spring: its impact on the region and on the Middle East conference, *Academic Peace Orchestra Middle East*, Vol.9, n 10. p 2.
- 29- Ansani, Andrea & Vittorrio Daniele, (2012), About a revolution: the economic motivation of the Spring, *International Journal of Development and Conflict*, Vol. 3, n 3. p 3.
- 30- Ottaway, David David. B. & Marina Ottaway, (2015). Egypt's leaderless revolution, *Cairo Review*, Vol.17.p 36.
- 31- Ayadi, Rym et al., (2011), The Tunisian revolution: an opportunity for democratic transition, *Istituto Affari Internazionali*, Vol 11, n 2. p 3.
- 32- Ardic, Nurullah, (2012), Understanding the 'Arab Spring': justice, dignity, religion and international politics, *Afro Eurasian Studies* Vol. 1, n 1. pp 15-17.

- 33- Abdel Salam, Elfatih A., (2015), The Arab Spring: its origins, evolution and consequences, Intellectual Discourse, Vol. 23, n 1. p 126.
- 34- Ansani, Andrea & Vittorio Daniele, op. cit., p10.
- 35- Halaseh, Rama, (nd), Civil society, youth and the Arab Spring. pp 246, 243.
- 36- Gerges, Fawaz A., (2014), The Arab Spring popular uprisings – myth and reality.
- 37- Hamoudi, Haider A., (2011), The people want the fall of the regime.
- 38- Marzouki, Yousri et al. (2012), The contribution of Facebook to the 2011 Tunisian Revolution: A Cyberpsychological Insight, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, Vol. 15, n 5. p 238.
- 39- Howard, Philip N. & Muzammil M. Hussain, (2011), The role of digital media, Journal of Democracy, Vol. 22, n 3. p 37.
- 40- Ottaway, David & Marina Ottaway, op. cit., p 34.
- 41- Bensaada, Ahmed, (2018). *Srda Popovic et autres révolutionnaires américains*.
- 42- Durac, Vincent, (2015), Social movements, protest movements and cross-ideological coalitions – the Arab uprisings re-appraised, Democratization, Vol. 22, n 2. p 239.
- 43- Vyas, Shveta, (2012), The Arab Spring: too radical or not radical enough? MNM Commentary, n 13. p 3.
- 44- Bein, Joel, (2012), The rise of Egypt's workers, Carnegie Endowment for International Peace. p 7.
- 45- Aziz, Sahar F., (2012), Egypt's Protracted revolution, Human Rights Brief, Vol. 19, n 3. p 2.
- 46- Naber Nadine & Atef Said, (2016), The cry for human rights: violence, transition, and the Egyptian revolution, Humanity Journal, Vol. 7, n 1. p 74.
- 47- Aziz, Sahar F., (2014), Bringing down an uprising: Egypt's stillborn revolution, Connecticut Journal of International Law, Vol. 27, n 1. pp 21-26.
- 48- Bein, Joel, op. cit., p 8.
- 49- Abul-Magd, Zeinab, (2012), Understanding SCAF: the long reign of Egypt's generals, The Cairo Review of Global Affairs, Vol. 6. p 156.
- 50- Bernard-Maugiron, Natalie, (2013), Constitutional reforms in arab countries in transition, IEMD. p 48.
- 51- Saral, Melek, (2021), Human rights challenges in post-uprising Egypt: political actors' reflections on the years of 2011-2013, The International Journal of Human Rights, Vol. 25, n 8. p 6.
- 52- Aziz, Sahar F., (2014), op. cit., p 22.
- 53- Selim, Gamal M., (2015), Egypt under SCAF and the Muslim Brotherhood: the triangle of counter revolution, Arab Studies Quarterly, Vol. 37, n 2. p 181.
- 54- Al-Sayyid, M. K., (2017) ; The fight over institutions in post-revolution Egypt, OpenEdition Journals, Vol. 2, n 16. p 63.
- 55- Ibid, p 63.
- 56- Aziz, Sahar F., (2014), op. cit., pp 22-23 .
- 57- Selim, Gamal M., op. cit., p 184.
- 58- Saral, Melek, op. cit. p 6.
- 59- Birnbaum, Michael, (2012), Egypt's President Morsi takes sweeping new powers, The Washington Post.
- 60- Selim, Gamal M., op. cit., p 190-191.
- 61- Ibid, p, 190.
- 62- Tumbull, Alex, (2012), Morsi calls for unity as he signs constitution into law, France 24.
- 63- FIDH (2013), One year into Mohamed Morsi's term: manifold abuses and the systematic undermining of the rule of law.
- 64- Selim, Gamal M., op. cit., p 193.
- 65- Naber, Nadine & Atef Said, op. cit., p 73.
- 66- BBC NEWS (2012), Egypt President Abdul Fattah al-Sisi: ruler with an iron grip.
- 67- Abdel Ghafar, Adel, (2016), Youth unemployment in Egypt: a ticking time bomb, BROOKINGS.
- 68- Bell, Matthew, (2018), In President Sisi's Egypt, human rights are under threat, The World.
- 69- Human Rights Watch (2018), World Report 2018: Egypt.
- 70- Human Rights Watch (2019), World Report 2019: Egypt.
- 71- Abdelghani, Mohamed, (2019), Egyptians approve extension to President el-Sisi's rule, ALJAZEERA.

- 72- Achraimer, Christian, (2019), How Egypt's constitutional changes would put the military above the law, AfricanArguments.
- 73- Ardovini, Lucia, (2019), Institutionalizing authoritarianism in Egypt: Al-Sisi's struggle for power, Istituto per gli Studi di Politica Internazionale.
- 74- Mohyeldeen, Sherif&NohaKhaled, (2019), Egypt as an authoritarian vanguard, Carnegie Middle East Center.
- 75- Hawthorne, Amy & Andrew Miller, (2019), Worse than Mubarak, Foreign Policy.
- 76- Moore, John, (2016), The 'Arab Spring': Five years on, Amnesty International, p2.
- 77- Yerkes, Sarah & Zeineb Ben Yahmed, (2018), Tunisians' revolutionary goals remain unfulfilled, Carnegie Endowment for International Peace. pp 1,6.
- 78- Milbert, Sveltana, (2014), Addressing youth unemployment in Tunisia, Atlantic Council.
- 79- Khalil, Mohamed, (2016), Tunisia lifts nationwide curfew after unemployment unrest, France 24.
- 80- Amara, Tarek, (2016), Five years on, unrest tests 'Arab Spring' model Tunisia, Reuters.
- 81- Khalil, Mohamed, op. cit.
- 82- Souissi, Zoubeir, (2017), Protests mark Tunisian revolution's sixth anniversary, ALJAZEERA.
- 83- Smith-Spark, Laura., (2018), Tunisia protests: why are people taking to the streets? CNN.
- 84- Okello, Christina, (2018), Tunisia's rulers fail to live up to Arab Spring promise. RFI.
- 85- Yrkes, Sarah & Zeineb Ben Yahmed, (2018), op. cit., p 4.
- 86- Amara, Tarek, (2019), Angry protests erupt in Tunisian city demanding development, Reuters.
- 87- Yerkes, Sarah & Zeineb Ben Yahmed, (2019), Tunisia's political system: from stagnation to competition, Carnegie Endowment for International Peace, p 1.
- 88- Yerkes, S. and Ben Yahmed, Z. (2018), Tunisians' revolutionary goals remain unfulfilled. p 5.
- 89- Zayat, Iman, (2017), Exodus of highly skilled labour could cripple Tunisia's development prospects. The Arab Weekly.
- 90- Bahri Korbi, Fadia, (2022), In Tunisia, the challenge of brain drain, Le Journal de l'Afrique.
- 91- Malsin, Jared, (2018), Nation that sparked Arab Spring finds itself a springboard for illegal migration The Wall Street Journal.
- 92- Yerkes, Sarah & Zeineb Ben Yahmed, (2018), op. cit., p.1.
- 93- Petré, Christine, (2015), Tunisian Salafism: the rise and fall of Ansar al-Sharia, Policy Brief, Vol. 209. p2.
- 94- Fahmi, Georges, (2019), Why democracy couldn't prevent radicalization in Tunisia, Carnegie Europe.
- 95- Mollenkamp, Daniel T. (2022), Social Justice. Investopedia.
- 96- Abou El Fadhl, Khaled, (2015), The end of the Arab Spring: the rise of ISIS and the future of political Islam, ABC.

References:

Books:

- Arendt, Hannah (1963), On revolution, The Viking Press, New York.
- Gerges, Fawaz. A. ed. (2014), The new middle east: Protest and revolution in the arab world, Cambridge University Press, Cambridge.
- Goldstone, Jack. A. (1991), Revolution and rebellion in the early modern world, University of California Press, Berkeley.
- Goodwin, Jeff. (2001), No other way out: States and revolutionary movements, 1945-1991, Cambridge University Press, Cambridge.
- Huntington, Samuel. P. (2006), Political order in changing societies, Yale University Press, London.
- Skocpol, Theda (1979), States and social revolutions: A comparative analysis of France, Russia, and China, Cambridge University Press, Cambridge

Journal Articles:

- Abdel Salam, Elfatih A. The arab spring: Its origins, evolution and consequences, Intellectual Discourse, 23 (1), 2015.
- Abul-Magd, Zeinab, Understanding SCAF: The long reign of Egypt's generals, The Cairo Review of Global Affairs, 6, 2012.
- Al-Sayyid, Mustapha K. The fight over institutions in post-revolution Egypt. Open Edition Journals, 2 (16), 2017.

- Ansani, Andrea. and Vittorio Danielle, About a revolution: The economic motivation of the arabspring, *International Journal of Development and Conflict*, 3 (3), 2012.
- Ardic, Nurullah, Understanding the ‘arab spring’: justice, dignity, religion and international politics, *Afro Eurasian Studies*, 1 (1), 2012.
- Ayadi, Rym et al. The tunisian revolution: An opportunity for democratic transition, *IstitutoAffari Internazioali*, 11 (2), 2011.
- Aziz, Sahar F. Egypt’s protracted revolution, *Human Rights Brief*, 19 (3), 2012.
- Aziz, Sahar F. Bringing down an uprising: Egypt’s stillborn revolution, *Connecticut Journal ofInternational Law*, 27 (1), 2014.
- Beinini, Joel, The rise of Egypt’s workers. *Carnegie Endowment for International Peace*, 2012.
- Bernard-Maugiron, Nathalie, Constitutional reforms in Arab countries in transition, *IEMed*, 2013.
- Boggs, James and Grace L. Boggs, The role of the vanguard party, *Monthly Review*, 21 (11), 1970.
- Davies, James C. Toward a theory of revolution, *American Sociological Review*, 27 (1), 1962.
- Durac, Vincent, Social movements, protest movements and cross-ideological coalitions – the arabuprisings re-appraised, *Democratization*, 22 (2), 2015.
- Goldstone, Jack A. The comparative and historical study of revolution, *Annual Review of Sociology*, 8, 1982.
- Goldstone, Jack A. Population and security: How demographic change can lead to violent conflict, *Journal of International Affairs*, 56 (1), 2002.
- Gurr, Tedd, Psychological factors in civil violence, *World Politics*, 20 (2), 1968.
- Howard, Philip N. and Muzammil M. Husain, The role of digital media, *Journal of Democracy*, 22(3), 2011.
- Kroeber, Clifton B. Theory and history of revolution, *Journal of World History*, 7 (1), 1996.
- Marzouki, Yousri et al. The contribution of facebook to the 2011 tunisian revolution: A Cyberpsychological insight, *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15 (5), 2012.
- Naber, Nadine and Atef Said, The cry for human rights: violence, transition, and the egyptianrevolution, *Humanity Journal*, 7 (1), 2016.
- Ottaway, David B. and Marina Ottaway, Egypt’s leaderless revolution, *The Cairo Review of GlobalAffairs*, 17, 2015.
- Petré, Christine, Tunisian salafism: The rise and fall of ansar al-sharia, *Policy Brief*, 209, 2015.
- Rosza, Erzsebet. N. The arab spring: Its impact on the region and on the middle east conference, *Academic Peace Orchestra Middle East*, 9 (10), 2012.
- Saral, Melek, Human rights challenges in post-uprising Egypt: Political actors’ reflections on the Yearof 2011-2013, *The International Journal of Human Rights*, 25 (8), 2021.
- Selim, Gamal M. Egypt under scaf and the muslim brotherhood: The triangle of counter-revolution, *Arab Studies Quarterly*, 37 (2), 2015.
- Tanter, Raymond and Manus Midlarsky, A theory of revolution, *Journal of Conflict Resolution*, 11(3), 1967.
- Tiruneh, Gizachew, Social revolutions: Their causes, patterns and phases, *Sage Open*, 4 (3), 2014.
- Vyas, Shveta, The arab spring: Too radical or not radical enough, *MnM Commentary*, 13, 2012.
- Walzer, Michael, A theory of revolution, *Marxist Perspectives*, 2 (1), 1979.
- Weir, Robert F. What a revolution is – and is not. *Worldview*, 21 (11), 1978.
- Yerkes, Sarah and Zeineb Ben Yahmed, Tunisians’ revolutionary goals remain unfulfilled, *CarnegieEndowment for International Peace*, 2018.
- Yerkes, Sarah and Zeineb Ben Yahmed, Tunisia’s political system: from stagnation to Competition, *Carnegie Endowment for International Peace*, 2019.

Internet Websites:

- Abdel Ghafar, Adel (2016), Youth unemployment in egypt: A ticking time bomb, <https://www.brookings.edu>.
- Abd El Ghani, Mohamed (2019), Egyptians approve extension to president el-sisi’s rule, <https://www.aljazeera.com>.
- Abou El Fadl, Khaled (2015), The end of the arab spring: The rise of ISIS and the future of politicalIslam, <https://www.abc.net.au>.
- Achrainer, Christian (2019), How egypt’s constitutional changes would put the military above the law, <https://africanarguments.org>.
- Amara, Tarek (2016), Five years on, unrest tests ‘Arab Spring’ model Tunisia, <https://www.reuters.com>.

- Amara, Tarek (2019), Angry protests erupt in Tunisian city demanding development, <https://www.reuters.com>.
- Ardovini, Lucia (2019), Institutionalizing authoritarianism in Egypt: Al-sisi's struggle for power, <https://www.ispionline.it>.
- BahriKorbi, Fadia (2022), In tunisia, the challenge of brain drain, <https://lejournaldefrafrique>
- BBC News (2020), Egypt president abdufatah al-sisi: ruler with an iron grip, <https://www.bbc.com>
- Bell, Matthew (2018), In president sisi'segypt, human rights are under threat, <https://theworld.org>.
- Bensaada, Ahmed (2018), Srdapopovic et autres révolutionnaires américains, <https://www.ahmedbensaada.com>
- Birnbaum, Michael (2012), Egypt's president morsi takes sweeping new powers, <https://www.washingtonpost.com>.
- Eyadat, Zaid (nd), The arab revolutions of 2011: revolutions of dignity, <https://www.um.edu.mt>
- Fahmi, Georges (2019), Why democracycouldn't prevent radicalization in tunisia, <https://carnegieeurope.eu>
- FIDH (2013), One year into mohamedmorsi's term: manifold abuses and the systematic underminingof the rule of law, <http://www.fidh.org>
- Gerges, Fawaz A (2014), The arab spring popular uprisings – myth and reality, <https://www.opendemocracy.net>.
- Halaseh, Rama (nd), Civil society, youth and the arab spring, <https://www.um.edu.mt>
- Hamoudi, Haider A. (2011), The people want the fall of the regime, <https://www.muslimlawprof.com>
- Hawthorne, Amy and Andrew Miller (2019), Worse than mubarak, <https://foreignpolicy.com>.
- Human Rights Watch (2018), World report 2018: Egypt, <https://www.hrw.org>.
- Human Rights Watch. (2019), World report 2019: Egypt, <https://www.hrw.org>.
- Khalil, Mohamed (2016), Tunisia lifts nationwide curfew after unemployment unrest, <https://france24.com>
- Malsin, Jared (2018), Nation that sparked arab spring finds itself a springboard for illegal migration, <https://www.wsj.com>.
- Mc Kay, Alasdair (2011), The arab spring of discontent, <https://www.e-ir.info>.
- Milbert, Sveltana (2014), Addressing youth unemployment in Tunisia, <https://www.atlanticcouncil.org>.
- Mohyeldeen, Sherif and NohaKhaled (2019), Egypt as an authoritarian vanguard, <https://cmec.org>.
- Mollenkamp, Daniel T. (2022), Social justice,<https://www.investopedia.com>.
- Moore, John (2016), The 'arab spring': Five years on, <https://www.amnestyus.org>.
- Okello, Christina (2018), Tunisia's rulers fail to live up to arab spring promise, <https://www.rfi.fr>.
- Pipes, Richard (2015), Introduction: A concise history of the russianrevolution, <https://nisis.weebly.com>.
- Smith-Spark, Laura (2018), Tunisia protests: Why are people taking to the streets? <https://www.cnn.com>.
- Souissi, Zoubair (2017), Protests mark tunisian revolution's sixth anniversary, <https://www.aljazeera.com>.
- Turnbull, Alex (2012), Morsi calls for unity as he signs constitution into law, <https://www.france24.com>
- Zayat, Iman (2017), Exodus of highly skilled labour could cripple Tunisia's development prospects, <https://the arabweekly.com>.

Astroturfing and Public Relations: A New Perspective of Communication**Amina Douida**

University Alger 3, doudamina51@gmail.com

Received: 03/03/2023**Revised:** 23/10/2023**Accepted:** 23/10/2023**Abstract**

Communication and public relations practitioners are sometimes criticized for their use of inauthentic strategies. Among them, astroturfing which consists of simulating public opinion while keeping one's identity secret. This issue raises ethical questions in democratic societies. A scientific literature is developing on the subject. However, it appears that many definitions of the concept of astroturfing coexist, thus; complicating its study. This article proposes a comprehensive definition of astroturfing that overcomes some of the pitfalls identified in a systematic literature review. Based on this definition, a clear typology of astroturfing tactics is then established. Next, a contingency model is proposed to situate communication tactics on a continuum ranging from grassroots to astroturf. This model is, then, illustrated by three case studies.

Keywords: Authenticity, contingency, disinformation, grass roots; astroturfing.

التسويق الماكر والعلاقات العامة منظور جديد للتواصل**ملخص**

يتم في بعض الأحيان انتقاد ممارسي الاتصال والعلاقات العامة لاستخدامهم استراتيجيات غير صحيحة، يتمثل التسويق الماكر في محاكاة الرأي العام مع الحفاظ على سرية هوية الفرد. تثير هذه القضية أسئلة أخلاقية في المجتمعات الديمقراطية وتتطور المؤلفات العلمية حول هذا الموضوع. ومع ذلك، يبدو أن العديد من التعريفات لمفهوم التسويق الماكر تتعايش، مما يعقد دراستها. يقترح هذا المقال تعريفا شاملا للتسويق الماكر يتغلب على بعض التجاوزات المحددة في مراجعة الأدبيات المنهجية. بناء على هذا التعريف، يتم بعد ذلك إنشاء تصنيف واضح لتقنيات التسويق الماكر. بعد ذلك، يقترح نموذجا للطوارئ لوضع تقنيات الاتصال والعلاقات العامة. ثم يتم توضيح هذا النموذج من خلال ثلاث دراسات حالة.

الكلمات المفتاحية: تسويق ماكر، اتصال، علاقات عامة، رأي عام.

Astroturfing et relations publiques une nouvelle perspective de la communication**Résumé**

Les professionnels de la communication et des relations publiques sont parfois critiqués pour leur utilisation de stratégies inauthentiques. Parmi elles, l'astroturfing qui consiste à simuler l'opinion publique tout en gardant son identité secrète. Cette problématique soulève des questions éthiques dans les sociétés démocratiques et une littérature scientifique se développe sur ce sujet. Cependant, il apparaît que de nombreuses définitions du concept d'astroturf coexistent, compliquant ainsi son étude. Cet article propose une définition complète de l'astroturfing sur la base de cette définition, une typologie claire des tactiques d'astroturfing est ensuite établie. Ensuite, un modèle de contingence est proposé pour situer les tactiques de communication sur un continuum allant de la base à l'astroturf. Ce modèle est ensuite illustré par trois études de cas.

Mots-clés: Astroturfing, authenticité, contingence, désinformation, grassroots.

Corresponding author: Amina DOUIDA, doudamina51@gmail.com

1. INTRODUCTION

Conspiracy theory, disinformation, fake news... The last few years have been marked by an increasing public distrust of the communication professions, of politics and journalism. At issue, the vagueness surrounding the veracity of a message or the credibility of the one who states it. A contemporary challenge for the practice of Public Relations (PR), therefore; concerns the authenticity of communication. This article is more specifically interested in a non-authentic communication strategy and strongly maligned: astroturfing. This strategy consists in simulating a support in favour of citizens. Astroturfing can be used for political purposes, such as Philip Morris who created in 1993 the National Smoker's Alliance Group in order to opposing stricter legislation on tobacco use in the United States ⁽¹⁾. Even if this group presented itself as a grassroots movement, it was, in fact ,an initiative financed and managed by private interests. Astroturfing can also be used with a commercial aim, as in testify numerous cases of companies extolling the merits of their products in online by creating fake profiles and leaving fake reviews on sites like TripAdvisor or Amazon. Whether for political or commercial purposes, Astroturfing poses many ethical questions as if there is a usurpation of the citizen identity when making the communication not authentic. Even if the practice of Astroturfing is not recent and was even evoked by Shakespeare in Julius Caesar in 1599, the emergence of Internet and digital social networks facilitate this kind of strategy to the extent that the users can very easily keep their identity secret. The scientific literature on astroturfing begins to emerge, mainly in North America, but presents two pitfalls that this article aims to overcome. First, the term Astroturfing refers almost exclusively to the creation of advertising campaigns online disinformation and does not take into account the various forms that Astroturfing can take. Secondly, the current article systematically proceeds in a binary differentiation between citizen movements (or grassroots) and Astroturf movements. This conceptual article, therefore; has two objectives: first of all, it is a question of defining and conceptualizing Astroturfing in a more encompassing way in order not to reduce this concept to a digital tactic. Then, it is a question of going beyond this normative and dichotomous vision of Astroturfing in order to highlight the hybridity of many movements, in the sense that some citizen movements resort to Astroturfing, and in the opposite case, where Astroturf movements are, then, joined by real citizens. In the first section of this article, a definition of Astroturfing is proposed and allows us to understand this phenomenon in a more global way so as not to reduce it to a single specific tactic. The essence of Astroturfing is simulation from a grassroots movement. It also implies an omission or a lie about the real identity of the designer of a message. According to this definition, it is possible to propose a typology of tactics that can be considered as Astroturfing: creation of fake NGOs, imitation of signatures on a petition, remuneration of actors to participate in an event, purchase of followers on the social networks, sending supposedly citizen letters to parliamentarians, or still writing fake comments online. In a second section, an approach to contingency is presented in order to propose a continuum ranging from "totally Astroturf" to "totally grassroots". This approach is inspired by the contingency model in PR, proposed by Cancel and al. (1997) in response to the model of excellence ⁽²⁾ considered too normative. This contingency model makes it possible to locate a PR action on a continuum going from a total accommodation terminal (in English pure accommodation) to a terminal total advocacy (or pure advocacy). Applied to Astroturfing, this type of model allows us to go beyond a binary approach as well as to show the hybridity of some movements that are neither totally Astroturf nor totally grassroots. This continuum is illustrated in a third section by three case studies representing the complexity of the targeted model: Total Astroturf (Citizen Coalition for Responsible Energy) ;Grassrooted Astroturf (Tea Party); Astroturfed Grassroots (Momentum).The answer proposed for the raised question within the article is to see how a theoretical model can be set up to evaluate communication strategies are not authentic. In this sense, this article is important in that it reframes the concept of Astroturfing which is for the moment used in too a singular way in the scientific literature. The proposed model makes it possible to better understand the

question of the authenticity of PR actions and allows a finer analysis of PR strategies non-ethical communication, as illustrated in the three case studies of this research.

1. Disambiguation of Astroturfing:

This first section aims at explaining the origin of the term Astroturfing, and the overall of the origin of its practice. as well A review of the literature is, then, proposed to contextualize the scope of the term and the different realities to which it can refer. A more encompassing definition of the concept Astroturfing is, then, suggested and makes it possible to draw up a typology of tactics. This typology ,thus; specifies the differences between the term Astroturfing and other communication tactics considered to be ethically questionable such as the misinformation or fake news.

1.1. Origins of Astroturfing

Even though the term Astroturfing was first used only in the 1980s, non-authentic communication strategies have already been designed for centuries and have been considered as a powerful tool to advance a political programme. Such a process can even already be observed in Jules Caesar, when Caius Cassius mentions having written letters falsely representing the opinion of citizens to convince Brutus to betray Julius Caesar

I want this night to throw on his windows bills traced in different characters, as coming from various citizens and all expressing the high opinion that Rome has of him. I'm there will slip in a few obscure words about Caesar's ambition; and, after that, let Caesar stand firm, for we will overthrow her, or we will have worse days yet to pass ⁽³⁾.

This story is, of course, fictional, but it nevertheless shows that the idea of using Astroturf tactics for the purpose of deception was already present in England over the 16th century. Another more concrete historical case is the creation of an association of facade (front group in English) called African International Association at the end of the 1800s by Leopold II, King of Belgium in order to legitimize the colonization of the Congo and to facilitate its economic exploitation ⁽⁴⁾. Another example is that of the torches of freedom, the name given to this contingent of American women starting to smoke cigarettes in public in 1929 ⁽⁵⁾. We have later discovered that Edward Bernays and the president of the American Tobacco Company have orchestrated the entire march by paying these women for the sole purpose of boosting cigarette sales in the United States. It was only in 1986 that a US senator from Texas, Lloyd Bentsen invented the term Astroturfing to describe a fabricated PR campaign. His collaborators have received an unusually large number of letters from citizens who were expressing their concerns about a new bill to regulate the trade in spirits. It seems that these public letters , indeed, came from the alcohol industry itself. The senator tried to reassure his constituents by saying that he was able "to tell the difference between grassroots and the astroturf" [free translation] ⁽⁶⁾. So Bentsen skillfully qualified this false popular movement of Astroturf in reference to the brand of turf synthetic AstroTurf. Originally, Astroturfing is, therefore; understood as a fake grassroots movement and refers to a communication campaign that claims to emanate spontaneously from citizens when it is in fact created and disseminated anonymously by private interests. Tracing the first uses of the term to the 1980s can be explained by the political context of the United States. During this decade, the United States is experiencing an explosion in the number of citizen groups in the political arena. These groups have gained momentum and won symbolic victories on issues such as the Vietnam War or Civil Rights. These organizations have often started as spontaneous grassroots movements and have gained legitimacy in the political landscape. Their success has attracted the attention of industrial and private groups that would have liked to gain the same respect and the same legitimacy as these movements of grassroots. As Berry (1993) explains, "Despite the significant resources financial lobbyists of the oil industry, none of them have as much credibility with the public that a lobbyist from the Resource Defense Council natural" [free translation]. The *raison d'être* of Astroturfing lies in the fact that a company seeks other ways to get his messages across with more credibility, and in this case, by pretending to be a citizen movement. In this regard, "the creation of front groups allows companies to influence

political decision-makers by leaving very few traces" [free translation] ⁽⁷⁾. Like this strategy aims to deceive political decision-makers and citizens, it raises concerns about the democratic aspect of the policy-making process ⁽⁸⁾. These concerns are all pressing more the fact that Astroturfing has developed as a separate industry that the sociologist Walker (2014) called public support for hire (grassroots for hire in English) to describe the ease with which public affairs consultants manage to simulate popular support.

1.2. Literature Review:

Even if these strategies are reminiscent of propaganda techniques and have appeared long before the 1980s, it should be noted that the existing literature on the subject is still in its starting stage, and is only beginning to be systematized. Most of researches on the subject have been conducted in North America, the birthplace of Astroturfing, and they are now emerging in Europe as well. The first works scientists performed about the phenomenon of Astroturfing actually began to emerge in the 1990s under the impetus of Stauber and Rampton (1995) and Beder ⁽⁸⁾. Even if they did not use the term explicitly, they shed light on the lies that are sometimes used by the PR industry. Among them, the establishment front groups and the publication of scientific reports written by groups controversial experts are examples of strategies created to influence public policies. Subsequently, Astroturfing becomes a mobilized research topic by researchers from sometimes very different backgrounds, without a consensus definition shared by the scientific community. The first academic works with an emphasis on Astroturfing were those of Lyon and Maxwell ⁽⁹⁾ who endeavored to model the potential benefits that interested groups can benefit from an investment in Astroturfing. Their economic modeling shows that Astroturfing can theoretically be very attractive from a political point of view. So it can be from a financial point of view. However, they did not take into account the potentially damaging effects that the revelation of such practices could have on the reputation of a company. Astroturfing is, indeed, a concealed tactic that involves keeping the true identity of its instigators secret for as long as possible, which goes against the good PR practices ⁽¹⁰⁾. The risk of being linked to such activities has been studied by Mattingly ⁽¹¹⁾ who conducted a qualitative exploration on how companies conduct their political actions. It establishes a link between the success of the lobbying activities of these companies and the need to have a good and sustainable relationship with political decision-makers. Being accused of Astroturfing would affect the credibility and would, therefore; complicate subsequent lobbying efforts for an organization. It is interesting to note that McNutt and Boland ⁽¹²⁾ suggest that the questions about environmental issues are particularly likely to be targeted by tactics astroturfing. The research carried out by Cho, Martens, Kim and Rodrigue ⁽¹³⁾ were directed in this sense. Based on an experiment in psychology, their conclusions suggest that "people who have visited astroturf sites have become more skeptical concerning the existence of global warming and the role of humans in this subject" [free translation]. In the same vein, the conclusions of a study conducted by Bsumek, Schneider, Schwarze, and Peeples ⁽¹⁴⁾ demonstrated how the coal industry has developed Astroturfing campaigns to United States in order to defend its interests. The authors define this strategy as that corporate ventriloquism (corporate ventriloquism) and explain how the industry has adapted its rhetoric in order to challenge and undermine the voice of the true grassroots movements. It is clear that the majority of research on Astroturfing has been conducted in the United States until the 2010s. Nevertheless, researchers from other countries have also looked into the phenomenon, perhaps due to the increasing number of cases detected in recent years. For example, Wear ⁽¹⁵⁾ analyzed the link between populism and Astroturfing during the deconstruction of "the convoy of no campaign confidence" that took place in Australia in 2011. The idea behind this campaign was to create a citizen movement, symbolized by a convoy of trucks, in order to oppose to the Australian governmental position on carbon emissions. The rally was actually organized by the National Road Freighters Association but presented itself as a real citizen movement. In Europe, Laurens ⁽¹⁶⁾ published an article after having followed from the inside the establishment of an Astroturf group. He explained, from a

sociological point of view, how the evolution of structures of European policies and the need for the European institutions to regain the confidence of their citizens leading companies to try to legitimize their actions through front groups to feed this need for legitimacy institutional. Further readings led to the election of the US Senate in 2004 and that Robert Klotz ⁽¹⁷⁾ called plagiarized participation (plagiarized participation in English). He formalized this concept according to which "participants are encouraged to presenting other people's words as their own to support a cause" [free translation]. The similarity with the definition of Astroturfing of Bentsen is striking, since an anonymous source manufactures support for his own private interests, but in this case through an Internet campaign. As Zhang, Carpenter, and Ko ⁽¹⁸⁾ pointed out, the Internet seems to be a perfect platform for Astroturfing campaigns because it allows its users to operate easily in anonymity. In particular, this theme has been at the center of the work of McNutt when he examined the implications of Astroturfing for the defense of interests of non-profit organizations ⁽¹⁹⁾. The term generally used in the literature to refer to the creation of accounts under a false identity on digital social networks is sockpuppeting. Researchers in the field of ICT are working to assess the influence of these campaigns and to design tools to detect these obscure activities with more or less success ⁽²⁰⁾. Examples in the news (Cambridge Analytica) highlight the potential damaging role of large-scale orchestrated online Astroturfing campaigns have. With this in mind, it is worth mentioning that the impetus of the Oxford Internet Institute which has set up a research group focused on the proliferation of fake news on social media. For example, they uncovered and explained the use of sockpuppets in the Brexit debates, where both sides created bots to influence public opinion on Twitter. Howard and Kollanyi ⁽²¹⁾ showed that "the propaganda computer science has played a modest but strategic role in conversations about the referendum"

This digital use of Astroturfing currently dominates the literature on the subject to the point of sometimes implicitly considering this phenomenon as unfolding online, putting aside the offline Astroturf movements. Choo and Ashman ⁽²²⁾ studied how to detect cases online Astroturfing. Kovic, Rauchfleisch, Sele and Caspar ⁽²³⁾, thus; proposed a definition and a typology of digital Astroturfing. Keller, Schoch, Stier and Yang ⁽²⁴⁾ were even more specifically interested in political Astroturfing on Twitter. Hobbs, Bosca, Schlosberg and Sun ⁽²⁵⁾ proposed a very specific interest on Twitter as well, and finally, Zerback, Töpfl and Knöpfle ⁽²⁶⁾ linked the question of online Astroturfing to that of misinformation. This digital problem of Astroturfing deserves further researches, in particular on the question of the polarization of online debates and its exploitation for populist purposes for example ⁽²⁷⁾.

1.3. Definition and Pitfalls of the Term Astroturfing:

This review of the literature shows how the term Astroturfing is appropriate in a way by researchers working in various fields of research as well in different geographical and political contexts. This has as consequence that no definition of the concept has been imposed so far and that of many senses coexist. It is in this context that Boulay ⁽²⁸⁾ has endeavored to propose an all-encompassing definition in order to clarify and facilitate research later on the issue. According to her, two conditions must be met for characterizing a communication process as a case of Astroturfing: it is of a "communication strategy whose real source is obscured, and which claims wrongly be of citizen origin". This definition is interesting in this sense that it makes it possible to take into consideration both cases of political Astroturfing and commercial, and both online and offline. An element that appears as a watermark in this definition but is not inscribed as is the notion of deception. In this article, the definition of Boulay ⁽²⁹⁾ is embellished with a third element in order to better delimit what can be considered as Astroturfing. This will allow, in particular, excluding the case of accounts parodies on digital social networks, which necessarily conceal their identity and present themselves as certain citizens, but whose usurpation is obvious and day on the notion of humor, where Astroturfing tactics are deployed at strategic purposes to deliberately deceive citizens, consumers, media or politicians. In this perspective, Astroturfing will be defined here

as a deceptive communication strategy, the identity of the instigator is hidden and simulates an authentic expression of citizens. The defined term of Astroturfing is then possible to evoke its use as adjectival to describe phenomena bearing the features of Astroturfing. More specifically, it is useful to be interested in the concepts of Astroturf groups and Astroturf tactics. Astroturf groups are groups whose identity of sponsors and creators is concealed and who present themselves as groups defending the interest of certain citizens and who aim to deceive either public or political opinion or media. It must nevertheless be taken into account that this perception of Astroturf groups should not be dichotomous or binary, in the sense where certain groups of genuine citizens can use Astroturf tactics. Astroturf groups can be joined by real citizens. The second section of this article approaches this question in a more theoretical way. As far as Astroturf tactics are concerned, these are operations of communication in which the identity of the sponsor is hidden and who aims at giving to a citizen an image in order to deceive the targets of this operation. The term of tactics Astroturf must, therefore; be understood in a generic way and encompassing many more precise tactics that are listed in the next subsection.

1.4. Typology of Astroturf Tactics:

Starting from the definitions of Astroturfing and Astroturf tactics proposed in this article, it is possible to list a typology of communication operations which can be considered as Astroturfing (Table 1). This typology is not exhaustive, so far, as new communication practices regularly see the light of day. The aim here is to draw up a table of tactics that can be categorized as Astroturfing by linking them to their grassroots' original shape. In addition, references to research that have been conducted specifically on these tactics are systematically suggested in order to better illustrate the concepts.

Table 1. Typology of Astroturf tactics based on the literature review

grassroots Forme	astroturf Forme	Literature scientific
Non-governmental organizations	Facade groups	Beder (1998), Bsumek et al. (2014), Lits (2020a)
Letters sent to politicians or the media	Plagiarized participation	Klotz (2007)
Petition	Forged signatures	Walker (2016)
Survey	Multiple participation of one even voting	McNutt et Boland (2007)
Event	Remuneration of actors	Wear (2014)
Social networks, online comments, recommendation	Follower purchases, sockpuppetry, propaganda computational	Howard et Kollanyi (2016), Keller et al. (2019), Zhang et al. (2013)
Sites internet et blog	Sites astroturf	Cho et al. (2011)
Research and dissemination scientific information	Agnotology	Miller et Dinan (2015), Proctor et Schiebinger (2008), Oreskes et Conway (2011)
Crowdfunding	Self-financing	//

These Astroturf tactics raise questions in terms of legality and ethics. See the panoply of varied tactics that can be categorized as Astroturfing only one definitive answer can be put

forward regarding these areas. Nevertheless, the scientific literature on the subject shows that there are currently breaches in regulations, whether in the United States or in Europe, in order not to mention only those, and that very often. Astroturf tactics are located in an area of legality⁽³⁰⁾. With regard to ethics on the other hand, the fact of lying about the identity of a sponsor of a message makes this non-authentic and non-transparent communication, which goes against the codes of ethics of the communication and PR professions in the majority of democratic countries⁽³¹⁾.

1.5. Fake News and Misinformation Astroturfing?

The typology of tactics presented above makes it possible to understand the ins and outs of an Astroturfing strategy. Based on concealment and deception, this concept is sometimes linked to other questionable ethical communication tactics. In particular, the terms of fake news, conspiracy of theories and misinformation are regularly associated with that of Astroturfing, rightly or wrongly⁽³²⁾. Sometimes used interchangeably, it is, first of all, appropriate to delineate these themes relating to disorder informational, as Wardle and Derakhshan⁽³³⁾ call it. In a report sponsored by the Council of Europe, these two authors encourage in particular to avoid the use of the term fake news, considered inadequate to qualify the complexity of the question of information pollution. Furthermore, they also examine the circulation of information online and clearly define the difference between misinformation, misinformation and malinformation :

- Misinformation: when false information is shared, but without willingness to create a wrong.
- Misinformation: when false information is shared with a will to create a wrong.
- Malinformation: when real information is shared in order to create a wrong, such as the fact of making public information intended to remain private. [free translation]

These definitions offer more clarity on different phenomena online communication, but also make it possible to differentiate them from Astroturfing. Indeed, the determining criteria for qualifying a message or an Astroturf technique, it is the concealment of the identity of the author of the message and the promotion of a citizen origin. The question of authenticity, therefore; has to do with the sender of the message. In the case of misinformation tactics and misinformation, the question of authenticity lies at the level of the message itself, and less at the level of its author. So a politician could write a message of misinformation in his name, without being Astroturfing. Conversely, a group consists of falsely presenting the citizen origin and publishing an authentic message will be considered Astroturfing. Misinformation can, nevertheless; represent a tool for an Astroturfing campaign, in which the identity of the source of the message would be hidden and in which the message would not be authentic either.

2. The Question of Authenticity in the Light of a Theory of the Contingency of Astroturfing⁽³⁴⁾

In addition to the desire to make a state of the art on Astroturfing research and to propose a typology of tactics, the objective of this article is to propose a theoretical reflection on the problems that Astroturfing can pose to a democratic society, in general, but also more precisely to the professionals of communication. It is with this in mind that a theoretical model, borrowed from a current research in public relations, is developed to better understand the Astroturfing phenomenon in order to bring collective societal solutions.

2.1. The Question of Authenticity in Communication:

After this conceptualization of Astroturfing, it becomes more obvious to understand the stakes and the dangers that this tactic represents for society and for communication and PR professionals.

From a societal point of view, Astroturfing represents a threat to be taken into account from both a political and a commercial point of view. Used for the following purposes, political Astroturfing campaigns deface democratic pluralism and come to compete with the voices of authentic citizen movements. From a commercial point of view, Astroturfing represents a way for companies to deceive the consumer and take advantage of unfair

competition. In a will to increase their power of persuasion, organizations could however lose any link of trust with its audiences ⁽³⁵⁾.

It is in this order of ideas that different national associations and international organizations representing the PR profession have published different charters promulgating good practices. These documents for ethical purposes insist on different elements, including those of transparency and authenticity. Sometimes associated propaganda, persuasive communication or even manipulation, one of the challenges for the future of PR is to promote rules of good practice based on particular authenticity in communication. For Millette, "the grammar" of the ethics of public relations are, thus; based on values such as transparency, trust, honesty, concern for the public interest and integrity"⁽³⁶⁾ Authenticity, therefore; becomes a key factor in the communication environment to which Astroturfing contravenes. By concealing the real identity of a message, the communication is no longer authentic or genuine. The spread of cases of Astroturfing could, thus; tarnish the reputation of communication professionals and PR. This reflection on the consequences of a lack of authenticity has, in particular, been discussed in the field of social movements. It appears that authenticity becomes a central element in the way movements are perceived and that, conversely, an authentic presentation of his group could have adverse repercussions ⁽³⁷⁾.

2.2. Contingency Models in the Information and Communication sciences:

The question of ethics in PR has already been explored by many researchers. Among the topics discussed, the question of the normativity of the role of PR is highlighted. In indeed, an eminent model in the theories of PR is that of the theory of excellence ⁽³⁸⁾. Through it, Grunig and Hunt ⁽³⁹⁾ propose a model making it possible to classify each communication operation according to four categories. These variables include, in particular, the fact that the campaign of communication is either unidirectional or bidirectional and that it is symmetrical or asymmetrical in relation to its audiences. The objective of this model is to propose a framework of good practices with a normative vision towards which the PR operations should tend: a bidirectional symmetrical model, within which an organization and its audiences collectively participate in maintaining an excellent relationship based on listening and transparency. This ideal vision of public relations has, nevertheless; been criticized and other more descriptive models have been suggested, including the contingent theory of accommodation. Proposed as an alternative to the theory of excellence, ⁽⁴⁰⁾ are interested in the different contingency factors that have an influence on the relationships that an organization has with its audiences. The hypothesis of basis is that the Grunig model has a normativity that does not make it possible to render account of the reality of practices in PR while the theory of the excellent proposes four fixed models: The contingency theory is based on a continuum ranging from pure advocacy, that is to say, a posture where the interests of the organization take totally precedence as far as manipulation and pure accommodation are concerned. In other words, a posture takes into account the opinions and needs of its audiences as a priority. Based on the analysis of 87 variables, the contingency theory intends to propose concretely factors allowing organizations to tend towards a posture more accommodating to its audiences.

2.3. A Continuum between Grassroots and Astroturf Movements:

With the perspective of studying Astroturfing as a complex phenomenon, it appears in the scientific literature and in press articles that there is a dichotomous, almost Manichean vision of Astroturfing. On the one hand, there will be the authentic grassroots citizen movements, and on the other, there will be groups of Astroturfs. Through the analysis of different cases ⁽⁴¹⁾, it should be more careful in this approach to propose theoretical models allowing a finer analysis of these phenomena. Taking as an example the approach of Cancel et al ⁽⁴²⁾, this article proposes to develop a model of the contingency of Astroturfing ranging from a terminal grassroots at an Astroturf terminal (Figure 1). The objective of this model is to allow understanding non-authentic communication campaigns in a more subtle way, by analyzing different factors that are listed in the following subsection, and by going beyond a normative

vision of these phenomena. Indeed, as illustrated in the study cases described in this article, many operations of communication have a hybrid status insofar as they are not totally grassroots and not totally Astroturf. This is, for example, the case of a citizen movement struggling to mobilize new members and deciding to buy followers on his social networks to seem more important, or in the opposite case it may be a fake NGO funded by industrialists that is supported and joined by real citizens sharing its values. In both cases, these communication campaigns have grassroots and Astroturf traits, including a dichotomous vision would not allow a descriptive analysis in depth

Figure 1. Model of the contingency between grassroots and Astroturf



2.4. Contingency Factors:

In order to study the authentic or artificial character of an organization or a communication campaign, a list of contingency factors to take into account is suggested to assess where an organization stands on the continuum grassroots-Astroturf (Table 2). These factors have been identified through the study of systematic review of Astroturfing cases presented and described in the literature review proposed at the beginning of the article. It is not necessary to understand this list of factors as a set of variables. All of which must be systematically applied to the study from a case of Astroturfing. Rather, it is a list within which different variables make it possible to describe and understand the authenticity, or rather the non-authenticity of an organization. This list is not intended to be exhaustive, but aims to launch a theoretical reflection on the question of the authenticity of the professions of the communication and PR and on the ways in which it is possible to detect such practice.

Table 2. Contingency Factors of an Astroturf Strategy

Visibility of the sponsor of the message
Presentation of the citizen origin
Mention of the source of financing
Mention of the members represented
Speed of growth of an online community
Percentage of artificial accounts in an online community
Identification of conflicts of interest
Disclosure of remuneration in exchange for physical representation
Responsiveness to public requests
Registration in a transparency register
Number of supporters
Description of the role of employees or volunteers
Previous experiences not authentic

The thirteen factors listed here serve as a basis for evaluating the Astroturf character of an organization. As explained above, some factors are sometimes not applicable and are specific to the study of specific communication strategies (digital communication, lobbying...). Others

are more difficult to evaluate, like the speed of growth of an online community that could mean the massive purchase of new followers. It is useful to clarify that some of these variables can be analyzed in a binary way (Yes/ No), while others require a more quantitative or more abstract approach. The goal of the continuum is not to qualify certain communication actions in a numerical way, but rather to offer an analysis model allowing to a better understanding about the hybridity of some organizations. In addition, these variables make it possible to open up avenues of detection of Astroturf strategies. This question of detection will be discussed in the conclusion of this article.

3. Case studies:

In order to illustrate the grassroots-Astroturf continuum and the usefulness of factors of contingency, this section proposes three case studies to highlight putting the model into practice. The first case presents an example of a total Astroturfing, the second case describes how a grassroots movement used Astroturf tactics and the third case illustrates the opposite fact, that is to say a Astroturf movement joined by citizens. The terms used to describe phenomena are in English to the extent that the majority of the scientific literature uses, whether the publications are in English or French. Attempts in French translations exist, such as the term *similitantism*, but represents rather an exception. In addition, the English language is preserved in order to preserve the relationship that exists between Astroturf and grassroots, whose finesse of terms will be lost in translation.

3.1. Total Stroturfing

In the case of total Astroturfing, at the right terminal of the continuum (Figure 1), it is a fully funded and conducted by public opinion, simulation by private and concealed interests and which by no means seeks to be joined by real citizens. The use of this practice often takes place when an organization has a specific objective, be it political or commercial, and uses a one-time tactics. To take an example, in 2012, the European Parliament voted on two reports aimed at regulating shale gas exploration in the European Union. The day before the vote, an event took place within the Parliament itself entitled "How shale gas will transform Europe". This conference was organized by the Citizen Coalition for Responsible Energy (CCER). Site Internet, letters sent to MEPs, touch screens, posters, speakers, or videos were as many means of communication implemented to explain how European citizens were in favor of hydraulic fracturing, technology, yet, controversial for its environmental impacts. After the investigation⁽⁴³⁾ there was an emergence of active companies in the exploration of gas and oil. Both Poland and Lithuania were behind this campaign. The entire communication campaign was quickly deployed days before the vote in order to put pressure on the MEPs before disappearing a few days later; this is evidenced by the website that disappeared very quickly.

The analysis of this campaign, in the light of the contingency factors, shows that this campaign is purely Astroturf. The CCER Group does not present its financing, its members, or its employees. The group is not registered in the register of European transparency while presenting itself as a citizen movement. In this case, it is, therefore; an Astroturf strategy insofar as private interests and they mobilized different Astroturf tactics aimed at simulating the expression a citizen's voice with the specific interest of influencing the European legislative process. By its ephemeral nature, it seems that companies have wanted to influence MEPs in a precise way before erasing their trace once the vote is over ended.

3.2. Grass rooted Astroturf:

The second example aims at showing how a movement can be created and financed by private interests and claiming to come from a citizen's background, and then be joined by real citizens. An emblematic case concerns the Tea Party in United States⁽⁴⁴⁾. Meaning Taxed Enough Already, this movement born in 2009 had as its initial objective to express the opposition of its members regarding the tax policy in the United States. The history and evolution of the Tea Party is complex and deserve special attention. More specifically, many researchers, journalists and politicians express their skepticism regarding the financing of this movement and the development of its political agenda⁽⁴⁵⁾. Numerous investigative works,

thus; show the importance and the prevalence of interests in the launch of the Tea Party and in its expansion through the United States⁽⁴⁶⁾. In particular, the role of the Koch brothers is usually highlighted in the financing of the Tea Party through front organizations such as the American Prosperity Association. Supported by major financial efforts from the corporate world, the Tea Party is showing up, nevertheless; as an authentic grassroots movement, and is supported by many citizens, mostly Republicans, who believe in the project of the movement.

This illustrates well the hybridity that can exist for social movements which are present as coming from the grassroots, but which are potentially funded and directed by a certain elite and using different financial schemes to hide their direct links with the movement. Such a movement, therefore; would not be totally grassroots because of its links with private interests, but not totally Astroturf considering the real support from citizens.

Taking into account different contingency factors, such as the source of financing which is not transparent, the tendency would be to first place the Tea Party at the Astroturf terminal. Nevertheless, the hybridity of the group shines through the movement being joined by real citizens, and would distance itself from the Astroturf and a group as CCER as analyzed previously.

3.3. Astroturfed Grassroots:

By Astroturfed grassroots, it is understood that an authentic citizen movement has resorted to one or more Astroturf tactics. The case illustrated here will be of Momentum. This is a grassroots movement that appeared in the UK in 2015 following Jeremy Corbyn's victory for the presidency of the Labour Party⁽⁴⁷⁾. This spontaneous movement was born by the efforts of citizens willing to put up with the politician and gradually spread into England. This movement was, then, structured and brought closer to the political party and, since 2017, every member of Momentum must be a member of the Labour Party. In 2019, Momentum, thus, had nearly 40,000 members. Nevertheless, during the first movement, it appeared that the movement wanted to seem more important than it was at that time and would have created many accounts on Twitter in order to follow Momentum and relay his account. This strategy of creating sockpuppets on Twitter can be equated to Astroturfing insofar as there has a desire to simulate the voice of citizens. In this sense, the contingency factor aimed at assessing the proportion of artificial accounts becomes important. This example illustrates the need to design Astroturfing on a continuum. In general, Momentum is perceived and described as a grassroots movement coming from base. They, nevertheless; used an Astroturf tactic in order to inflate their numbers on social networks. Even if it is a questionable ethical tactic, it seems minimal compared to the previous case of the Citizens' Coalition for a Responsible Energy. Where a dichotomous model would place CCER and Momentum in an "Astroturfing" category, the contingency model allows an analysis finer and would, thus; place CCER at the "total Astroturfing" and near Momentum limit from the "grassroots" terminal but with a certain distance taking into consideration the sockpuppets tactics.

3.4. Testing the Model of the Contingency of Astroturfing:

These three examples are interesting to highlight the diversity of Astroturf strategies and the necessary precaution to be taken before categorizing movements like totally Astroturf. These examples show only three shades from the grassroots-Astroturf continuum. In the light of the contingency factors explained previously, many variations of Astroturfing can be born. On future research, in this regard, would be relevant in order to test the model of the contingency of Astroturfing in more details by systematically coding many examples of non-authentic communication strategies in the light of factors contingencies.

Conclusion:

The question of the authenticity of the acts of communication and the operations of public relations has become unavoidable in recent years. In an era which some call post-truth, has become essential for researchers in social sciences to be interested in the use of the non-authenticity by PR and communication professionals. Misinformation, fake news, spin, greenwashing are all words that are sometimes used to describe these kinds of practices with

questionable ethics. The use of such practices represents an important issue on the perception of communication professions and PRS. While the codes of ethics and ethics promote good practices based on transparency and authenticity, Astroturfing strategies come to damage the reputation of an entire profession. Better understanding the functioning of these non-authentic tactics is essential to detect them in the future and to improve relations between communication professionals and their audiences.

With a desire to lay the foundations for a finer analysis of this kind of tactics and in order to avoid an amalgam between these different concepts, this article proposes to conceptualize and define the notion of Astroturfing. The proposed definition is encompassing and makes it possible to better understand this strategy aimed at stimulating an opinion citizen. This definition also makes it possible to overcome the pitfalls observed in recent scientific literature ⁽⁴⁸⁾. First of all, Astroturfing is not used exclusively for political purposes. The majority of publications are interested ineffect to a political or even lobbying use. This can be explained by the origin of the term grassroots which would have been born in the United States to precisely describe grassroots movements against policies in place. Nevertheless, Astroturfing is also a tactic used for commercial purposes that deserves more attention, particularly, in the field of marketing. Then, even if special attention is dedicated to Astroturfing cases online and on digital social networks, this is a practice that has its roots in offline events :remuneration of actors at demonstrations or creation of fake NGOs. Finally, Astroturfing should be understood as a generalist concept encompassing a large number of practices. Astroturfing can, therefore; take on a thousand faces that is about defining in depth. The typology of tactics proposed in this article goes into in this sense.

Secondly, a theoretical approach to contingency is advanced to better understand the Astroturfing case study. Regularly considered in a binary, Astroturfing is a complex and often hybrid phenomenon in the sense that some organizations share both grassroots and Astroturf attributes. A continuum ranging from "totally grassroots" to "totally Astroturf", thus; allows a refinement of analysis of organizations or strategies sometimes judged in a Manichean as an Astroturf. This approach to contingency is justified and illustrated by three case studies. These highlight three nuances of the model which are, of course, more numerous and that the additional case study could come to complete. These case studies are analyzed in particular in the light of contingency factors. These variables, in addition to allowing a finer analysis of Astroturf tactics, launch also the basics to propose solutions to detect such movements in the future. This is illustrated, in particular, by various initiatives focusing on certain factors in a more precise way, and thus; advocating a critical education to the communication. For example, regarding the issue of the opacity of sources of financing and conflicts of interest, the organization Center for Responsive Politics feeds the website <http://opensecrets.org/> that specializes in tracing money in politics in the United States. This question of transparency also raises question in Europe where many improvements could see the light, such as the obligation for any interest group aimed at influencing public policy to register in the European transparency register, which is currently based on voluntary. Other initiatives are aimed, more particularly, at online Astroturfing, with as an example the Twitter account The Troll Zoo, which reveals to the public of many accounts created from scratch to influence online debates. In addition to these civil society initiatives, different researchers are trying to develop methods for detecting Astroturf movements, but collide regularly to methodological or logistical constraints. The analysis of movements whose specificity is to be hidden and misleading remains complicated and it is with this in mind that this conceptual contribution aims to highlight this non-authentic and unethical communication strategy. The theoretical difficulties and methodological methods for analyzing such occult communication phenomena are large ⁽⁴⁹⁾. By a disambiguation of the term Astroturfing and by the establishment of a typology of Astroturf tactics, the objective of this article is to mark out the future necessary research on Astroturfing. Among the future tracks research, it would, thus; be interesting to

deepen the knowledge on the use of Astroturfing for marketing purposes or to develop techniques for detecting and evaluating the effects of Astroturfing campaigns

References

- 1-Givel, Michael. (2007). Consent and Counter-Mobilization: The Case of The National Smokers Alliance. *Journal of Health Communication*, 12(4), 339–357.
- 2-Grunig, James. (2013). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New-York: Routledge
- 3-Millette, Josianne. (2014). RP et Web social: De l'idéal du dialogue aux enjeux sociaux de la « bonne communication ». *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 11, 45–62
- 4-Villain, G. (1884). *La question du Congo et l'Association internationale africaine*. Paris :Challamel.
- 5-Murphree, Vanessa. (2015). Edward Bernays's 1929 "Torches of Freedom" March: Myths and Historical Significance. *American Journalism*, 32(3), 258–281.
- 6-Walker, Edward. (2014). *Grassroots for Hire: Public Affairs Consultants in American Democracy*. New-York: Cambridge University Press.
- 7-Fitzpatrick, Kathy, &Palenchar, Michael. (2006). Disclosing Special Interests: Constitutional Restrictions on Front Groups. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 203–224
- 8- Beder, Sharon. (1998). Public relations' role in manufacturing artificial grass roots coalitions. *Public Relations Quarterly*, 43(2), 21–23.
- 9- Lyon , Thomas., & Maxwell, Jhon. (2004). Astroturf: Interest Group Lobbying and Corporate Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 13(4), 561–597.
- 10-Parsons, Patricia. (2008). *Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice*. London: Kogan Page Publishers.
- 11-Mattingly, James. (2006). Radar Screens, Astroturf, and Dirty Work: A Qualitative Exploration of Structure and Process in Corporate Political Action. *Business and Society Review*, 111(2), 193–221
- 12-McNutt, Jhon., & Boland, Katherine. (2007). Astro Turf, Technology and the Future of Community Mobilization: Implications for Nonprofit Theory. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34, 165.
- 13-Cho, C. H., Martens, M. L., Kim, H., & Rodrigue, M. (2011). Astroturfing Global Warming: It Isn't Always Greener on the Other Side of the Fence. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 571–587.
- 14-Bsumek, Peter, Schneider Jen, Schwarze Steve, Peoples Jennifer (2014). *Corporate Ventrioloquism: Corporate Advocacy, the Coal Industry, and the Appropriation of Voice*. Depoe (Eds.), *Voice and Environmental Communication* (pp. 21–43). London, UK: Palgrave Macmillan
- 15-Wear, Rae. (2014). Astroturf and populism in Australia: The Convoy of No Confidence. *Australian Journal of Political Science*, 49(1), 54–67.
- 16-Laurens, Sylvain. (2015). Astroturfs et ONG de consommateurs téléguidées à Bruxelles. Quand le business se crée une légitimité « par en bas ». *Critique internationale*, N° 67(2), 83–99.
- 17-Proctor, Robert, &Schiebinger, Londa. (Eds.). (2008). *Agnotology: The Making and Unmaking of Ignorance* (1 edition). Stanford University Press
- 18-Lock, Irina., &Seele, P. (2017). The Consequences of Astroturf Lobbying for Trust and Authenticity. Findings and Implications from an Experiment. *Communication Management Review*, 2(1), 30–52
- 19-McNutt, Jhon., & Boland, Katherine. (2007). Astro Turf, Technology and the Future of Community Mobilization: Implications for Nonprofit Theory. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34, 165
- 20-Ratkiewicz, J., Conover, M., Meiss, M., Gonçalves, B., Patil, S., Flammini, A., &Menczer, F.(2011). Truthy: Mapping the spread of astroturf in microblog streams. *Proceedings of the 20th International Conference Companion on World Wide Web*, 249–252. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1963301>
- 21-Lock, Irina., &Seele, P. (2017). The Consequences of Astroturf Lobbying for Trust and Authenticity. Findings and Implications from an Experiment. *Communication Management Review*, 2(1), 30–52
- 22-Proctor, Robert, &Schiebinger, Londa. (Eds.). (2008). *Agnotology: The Making and Unmaking of Ignorance* (1 edition). Stanford University Press
- 23-Bowen, Shannon. (2004). Organizational Factors Encouraging Ethical Decision Making: An Exploration into the Case of an Exemplar. *Journal of Business Ethics*, 52(4), 311–324.

- 24-Keller, Franziska., Schoch, David., Stier, Sebastien., & Yang, Junghwan. (2019). Political Astroturfing on Twitter: How to Coordinate a Disinformation Campaign. *Political Communication*, 1-25
- 25- L'Etang, Jacquie. (2003). The myth of the "ethical guardian": An examination of its origins, potency and illusions. *Journal of Communication Management*, 8(1), 53–67.
- 26-Hobbs, Mitchell., Bosca, Hannah. Della., Schlosberg, David., & Sun, Cao. (2020). Turf wars: Using social media network analysis to examine the suspected astroturfing campaign for the Adani Carmichael Coal mine on Twitter. *Journal of Public Affairs*, 20(2), e2057.
- 27-Gerbaudo, Paolo. (2018). Social media and populism: An elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745–753.
- 28-Boulay, Sophy. (2012). Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public: Astroturfing et communication politique [Thèse acceptée, Université du Québec à Montréal].<http://www.archipel.uqam.ca/4466>
- 29-Boulay, Sophy. (2012). Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public: Astroturfing et communication politique [Thèse acceptée, Université du Québec à Montréal].<http://www.archipel.uqam.ca/4466>
- 30-Henke, Lucy. (2018). Why Is It Okay to Deceive the Public: Should Public Relations Firms and Ad Agencies Be Required to Disclose the Sponsors of Astroturfing and Other Masked Persuasion Practices? *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 12(3), Article 3.
- 31-Sisson, Diana. (2017). Inauthentic communication, organization-public relationships, and trust: A content analysis of online astroturfing news coverage. *Public Relations Review*, 43(4), 788-795.
- 32-Zerback, Thomas, Töpfl, Florian., &Knöpfle, Maria. (2020). The disconcerting potential of onlinedisinformation: Persuasive effects of astroturfing comments and three strategies for inoculation against them. *New Media & Society*, 1461444820908530
- 33-Wardle, Claire, & Derakhshan, Hosseine. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*, 27, 1–107.
- 34-Lits, Briec. (2020b). Exploring astroturf lobbying in the EU: The case of responsible energy citizen coalition. *European Policy Analysis*, 7(1), 226-239.
- 35-. Mattingly, James. (2006). Radar Screens, Astroturf, and Dirty Work: A Qualitative Exploration of Structure and Process in Corporate Political Action. *Business and Society Review*, 111(2), 193–221.
- 36-Walker, Edward, & Stepick, Lina. (2020). Valuing the cause : a theory of authenticity in social movements. *Mobilization: An International Quarterly*, 25(1), 1–25.
- 37-Luna, Zakiya. (2017). Who speaks for whom? (Mis) representation and authenticity in social movements. *Mobilization: An International Quarterly*, 22(4), 435–450.
- 38-Bowen, Shannon. (2004). Organizational Factors Encouraging Ethical Decision Making: An Exploration into the Case of an Exemplar. *Journal of Business Ethics*, 52(4), 311–324.
- 39-Proctor, Robert, &Schiebinger, Londa. (Eds.). (2008). *Agnotology: The Making and Unmaking of Ignorance* (1 edition). Stanford University Press
- 40-Cancel, Amanda, Cameron Glen, Sallot Lynne and Mitrook Michel. (1997). It Depends: A Contingency Theory of Accommodation in Public Relations. *Journal of Public RelationsResearch*, 9(1), 31–63.
- 41-Stauber, Jhon., &Rampton, Sheldon. (1995). *Toxic Sludge is Good For You: Lies, Damn Lies and the Public Relations Industry* (First Edition, Second Printing edition). Common Courage Press.
- 42-Peng, Jian., Detchon, Sam., Choo, Kim.-Kwang., & Ashman, Helen. (2017).Astroturfing detection in social media: A binary n-gram-based approach. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, 29(17), e4013.
- 43-Lits, Briec. (2020b). Exploring astroturf lobbying in the EU: The case of responsible energy citizen coalition. *European Policy Analysis*, 7(1), 226-239.
- 44-Van Dyke, Nella. (2016). *Understanding the Tea Party Movement*. Abingdon: Routledge
- 45-Berry, JEFFREY. (1993). Citizen Groups and the Changing Nature of Interest Group Politics in America. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 30–41.
- 46-Leiser, Mark. (2016). Astro Turfing, 'Cyber Turfing' and other online persuasion campaigns. *European Journal of Law and Technology*, 7 https://pure.strath.ac.uk/portal/files/53968068/Leiser_EJLT_2016_astroturfing_cyberturfing_and_othe_r_online_persuasion_campaigns.pdf
- 47-Dennis, James. (2020). A party within a party posing as a movement ? Momentum as a movementfaction. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(2), 97–113.

- 48**-Kovic, Marko., Rauchfleisch, Adrian., Sele, M., & Caspar, Christian. (2018). Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures. *Studies in Communication Sciences*,
- 49**-Boulay, Sophy. (2012). Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public: Astroturfing et communication politique [Thèse acceptée, Université du Québec à Montréal].<http://www.archipel.uqam.ca/4466/>

Challenges Facing ESP Teachers in Algeria – Meta-Analysis

Maamar MISSOUM

University of Blida 2, Algeria, maamar_missoum@yahoo.fr

Received : 10/03/2023

Revised:07/06/2023

Accepted: 02/07/2023

Abstract

The present study explores the challenges EFL teachers are facing in ESP teaching contexts. The methodology consists of a review of fifty-five (55) studies. Based on the findings, we argue that the way ESP teachers are recruited and trained without regarding the excessive expectations they must meet, renders their mission quite impossible. This situation undermines the quality of students' learning as well as the career and the well-being of ESP teachers. Nonetheless, EFL teachers can initiate changes to restructure their ESP work environment in order to make their mission more feasible and conducive to better students and teachers' experiences and satisfaction.

Keywords: EFL teacher, esp teacher, mission impossible, feasible mission, learning goals, teachers role.

Défis Auxquels sont Confrontés les Enseignants de l'ESP en Algérie - Méta-Analyse

Résumé

Cette étude a exploré les défis auxquels les enseignants sont confrontés dans les contextes d'enseignement de l'anglais langue de spécialité (ESP). Les résultats d'une analyse du contenu de cinquante-cinq (55) études indiquent que le mode de recrutement, la formation et les attentes excessives des enseignants ESP rendent leur mission quasiment impossible. Cette situation porterait atteinte à la qualité de la formation ainsi qu'à la carrière et au bien-être des enseignants. Néanmoins, les enseignants peuvent restructurer leur environnement de travail afin de rendre leur mission plus réalisable.

Mots clés: Enseignants EFL, enseignants esp, mission impossible, mission réalisable, objectifs d'apprentissage, rôle des enseignants.

التحديات التي تواجه أساتذة اللغة الإنجليزية كلغة إختصاص في الجزائر - دراسة تحليلية

ملخص

تتناول هذه الدراسة بالبحث التحديات التي يواجهها مدرسو اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية في سياق تعليم اللغة الإنجليزية كلغة إختصاص. منهجية البحث المستعملة هي تحليل مضمون خمسة وخمسين (55) دراسة. تظهر نتائج الدراسة أن الطريقة التي يتم بها توظيف وتدريب أساتذة اللغة الإنجليزية كلغة إختصاص والتوقعات المفرطة المنتظرة منهم تجعل مهمتهم شبه مستحيلة. وهذا من شأنه أن يقوض جودة تدريب الطلاب وكذلك الحياة المهنية لأساتذة اللغة الإنجليزية كلغة إختصاص. ومع ذلك، يمكن للأساتذة المبادرة بإجراء بعض التغييرات لإعادة هيكلة بيئة عملهم من أجل جعل مهمتهم ممكنة والمساعدة على تحسين تجارب الطلاب والأساتذة ورضاهم.

الكلمات المفتاحية: مدرسو اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية، مدرسو اللغة الإنجليزية كلغة إختصاص، المهمة المستحيلة، المهمة الممكنة، أهداف التعلم، دور الأساتذة.

Corresponding author: Maamar MISSOUM, maamar_missoum@yahoo.fr

Introduction and Background

Through a meta-analysis of studies about the Algerian context, the goal of the present paper is to delve into the challenges that EFL teachers often face after accepting ESP teaching positions with departments in Algerian universities and private schools. Challenges may overwhelm unprepared teachers and lead to dissatisfaction among ESP teachers, learners and managers. Such dissatisfaction has been reported about ESP courses by many studies (e.g. ⁽¹⁾; ⁽²⁾; ⁽³⁾; ⁽⁴⁾; ⁽⁵⁾; ⁽⁶⁾; ⁽⁷⁾). After the identification of the key challenges, this paper offers some solutions that can make the challenges more reasonable and fairer, especially by defining more objectively and reasonably the role of ESP teachers. Diagnosing the issues and proposing solutions have become mandatory, as growing international interdependence has been making increasing demands for citizens who possess a good command of English in order to meet academic and professional requirements.

1- Methodology and Profile of the Corpus of Studies on the ESP Situation in Algeria

Consistently with the purpose of this research; i.e. exploring the ESP situation in Algeria, we used meta-analysis as a research methodology. After running multiple online searches, we collected fifty-five (55) studies. The analysis of these studies consisted of collecting data about several aspects that reflect the profile of these studies, especially research methodology and findings. The profile of the corpus of studies on the ESP situation in Algeria comes as follows:

a. 45/55 (82 %) studies were conducted in or about academic contexts (in universities) while ten 10 (18 %) searched professional (workplace) contexts like the Algerian National Oil Company ⁽⁸⁾ and a hospital in Bejaia, Algeria ⁽⁹⁾. The analysed studies involved a variety (22 types) of university departments, especially Economics (06), Law (05 studies), Computer Sciences (04), Commercial Sciences (03), and Physics (03). Many Algerian universities (17/63) were covered by these studies, especially the universities of Tlemcen (12 studies), Blida 1 (03), Oran (02) and Constantine 2 (02). The doctoral programme in ESP offered by Tlemcen University probably explains the high number of studies from this university. This corpus of studies can be considered as a good sample that represents quite well the ESP situation in Algeria.

b. These studies were conducted by fifty-five (55) researchers of which sixteen (16) are collaborative studies. It is notable that while the high number of authors who researched the ESP situation in Algeria indicates that various perspectives are brought to the debate; there may be little specialisation of researchers in ESP except for two authors: Mebitil and Outemzabet with four (04) and three (03) published studies respectively. Specialisation of researchers in specific research areas probably would increase the quality of research.

c. These studies are generally very recent. Nearly all of them (46/55) have been published in the last decade (2012-2022). We may expect the data to be very relevant to the current ESP situation.

d. In terms of research goals pursued, the studies on ESP context in Algeria focused on the following goals: Identifying learners' ESP needs often for the aim of facilitating the process of preparing courses to meet those needs (29 studies; e.g. ⁽¹⁰⁾; ⁽¹¹⁾; ⁽¹²⁾; ⁽¹³⁾). Other studies investigated ESP teachers' problems and challenges (09 studies), evaluation of an ESP course (06 studies; e.g. ⁽¹⁴⁾), learners' motivation in ESP contexts (02 studies), and issues of training the future ESP teachers by Departments of English (03 studies).

E. Concerning the research methodology used by the studies on the ESP situation in Algeria, quite understandably, the most frequently used research tool is the questionnaire (used in 34 studies). Questionnaires are very practical and easy to collect data from a large sample of participants. Many studies used interviews (24) and focus groups were used three (03) times. Fewer studies used direct probes to investigate actual practices in terms of ESP teaching and learning. Classroom observation was used in eleven (11) studies. Similarly, content analysis of documents like textbooks, students' papers, and training programmes was employed six

times (06). Adli et al. ⁽¹⁵⁾ used a placement test and distinguished themselves by combining four (04) research tools.

Concerning the informants, the analysed studies probed students (30 studies), teachers (26 studies), and managers (06). Enrolling managers added another interesting perspective. Ten (10) studies were conducted in work contexts with professionals (finance employees, hotel receptionists, bank employees, air traffic controllers, etc.). This cohort contributes data from the occupational side of ESP as opposed to the academic (university) side. Finally, subject specialists who taught ESP were enrolled in five (05) studies. They bring in the perspective of teachers who have training in the knowledge field of the target learners unlike ESP teachers trained in EFL departments.

The above characterisation of the studies involved in our meta-analysis indicates that the corpus is quite extended, varied and hopefully acceptably representative of research on the ESP situation in Algeria.

2- Results of the Meta-Analysis of Studies on the ESP Situation in Algeria

The research analysed yielded the following findings about the Algerian ESP situation. The situation is starkly characterised by unrealistic and unfair expectations from ESP teachers, which makes their mission quite impossible. Indeed, “many teachers of ESP face serious problems and ongoing challenges in the ESP class”⁽¹⁶⁾. In the following section, We discuss these challenges that emerged from the meta-analysis of the fifty-five (55) studies.

2-1- Mission Impossible One: ESP Teachers Must Immediately Design a Syllabus

The first major challenge that ESP teachers often face is that an ESP syllabus is not available or not appropriate. Twelve (12) studies clearly found that ESP teachers were not provided with a syllabus for the course. Many Algerian university departments do “not provide clear courses’ objectives, content, as well as a clear methodology”⁽¹⁷⁾. Twelve (12) others concluded that although a syllabus existed, it was not appropriate to ESP learners’ needs. Their needs were not taken into consideration as well. Indeed, “Although it is said to be a learning-centred approach, the assessment of needs is still not considered among the ESP teachers”⁽¹⁸⁾. It may be the case that “a formal need analysis has never been conducted”⁽¹⁹⁾; ⁽²⁰⁾; ⁽²¹⁾; ⁽²²⁾; ⁽²³⁾; ⁽²⁴⁾. This could explain why, often, the contents of ESP courses are “criticized for lack of relevance to the students’ specialism” ⁽²⁵⁾. The materials often do not meet learners’ needs ⁽²⁶⁾; ⁽²⁷⁾; ⁽²⁸⁾. Consequently, in Ghedeir & Nesba for instance, “a great proportion of the subjects voiced negative views to the usefulness of the ESP courses in English. This point of view is shared by the EST English teachers”⁽²⁹⁾. Learners, eventually, realise that “The English course they received ... did not seem to be appropriate to equip them with the strategies and skills needed in their studies and future profession”⁽³⁰⁾. ESP teachers often resort to teaching general English for all learners who express dissatisfaction, as they want a more job-related type of English⁽³¹⁾. Consequently, employability challenges emerge as “A great number of other students got problems in getting inserted in the professional life”⁽³²⁾.

When the client department does not provide the prospective ESP teacher with a syllabus, implicitly or explicitly, he/she becomes accountable for providing one. The “institution considers that the English language teacher can solve this problem”⁽³³⁾. Therefore, he/she must be able to do a needs’ analysis⁽³⁴⁾. Almost everyone involved in the studies analysed seems to assume that the ESP teacher must take out from a magician’s hat a ready-made course (outline and materials) to implement right away. ‘Everyone’ here includes Algerian researchers and those they quoted including the frequently cited scholars, ESP teachers, learners and department managers. Bouyousfi & Hammouda found that both ESP teachers and managers agreed that teachers must identify and analyse their students’ needs and design the syllabus⁽³⁵⁾. Implicitly or explicitly, ESP teachers seem to be expected to design an ESP syllabus immediately (the period between being recruited and the first class is often limited to a few days). This assumption may be underpinned by a lack of awareness of what it takes to design a syllabus. It can be stated that most EFL teachers are at best briefly introduced to

syllabus design. In addition, many researchers seem to overestimate ESP teachers' ability to do a needs' analysis, and to design a course and its materials. As Guerid rightly reminds us, designing a course is a difficult task ⁽³⁶⁾ that requires training, resources and time. Part-time teachers represent the typical profile for ESP teachers in Algeria. For instance, in one university, the ESP teachers in six faculties and two institutes were all novice part-time teachers holding a Master or a BA Degree in English⁽³⁷⁾. In terms of training, these teachers are, to borrow Afia & Mami's terms, "neither syllabus designers nor materials developers"⁽³⁸⁾. Besides, as they are often "engaged in other situations and ... have other duties, besides their permanent jobs such as teaching at other departments; the Department of English, for instance, or teaching at other levels; secondary or middle school"⁽³⁹⁾, they may not possess time necessary to design courses. Therefore, Algerian university department managers, with the tacit agreement of many ESP scholars and the Algerian Ministry of Higher Education, seem to be assigning EFL-ESP teachers the impossible mission of designing, immediately after recruitment, an ESP syllabus appropriate to the specialty of the client department.

2-2- Mission Impossible Two: The ESP Teacher Is Usually Expected to Teach Special Content from Any University Department / Specialism

The second major challenge ESP teachers often face is that teaching must focus on specialist / technical content. In terms of the appropriateness of ESP syllabi to the needs of the learners, acquiring specialist vocabulary (of Medicine, Law, Chemistry, etc.) seems to be often overrated. Overall, "The literature on English for Specific Purposes (ESP) has largely ignored one of its most distinctive features: many ESP teachers have to teach subject-specific texts from areas outside their primary areas of expertise"⁽⁴⁰⁾. Naturally, as specialist vocabulary often refers to complex unfamiliar concepts, EFL-ESP teachers, as Mebitil found out, lack specialized knowledge of the related area of the students they are teaching⁽⁴¹⁾. They are, thus; expected to learn specialist knowledge⁽⁴²⁾. As an illustration of misconceptions about ESP teachers, Dakhmouche found out that "Most science teachers and students think that the language teacher understands the field of Computer Sciences and that he or she can provide the specific scientific terminology"⁽⁴³⁾. With the belief that ESP courses must focus on teaching specialist vocabulary (concepts), many ESP teachers stand meagre chances to succeed in such a mission.

2-3- Mission Impossible Three: The ESP Teacher Must Immediately Provide Course Materials

According to at least seven (7) studies, ESP teachers are expected to start teaching right away after recruitment while the client departments did not provide any teaching materials. The usual situation is that the ESP teacher "did not receive any support from his department in terms of teaching materials and aids"⁽⁴⁴⁾. Thus, "teachers depend only on their personal efforts" ⁽⁴⁵⁾ to design or find and adapt teaching materials. Here too, almost everyone involved in the studies analysed seems to assume that the ESP teacher can and should produce course materials to use often the week after recruitment. Many Algerian researchers, ESP scholars, ESP teachers, learners and managers seem to believe that providing learning materials is the exclusive responsibility of the ESP teacher. Department managers in Algerian universities usually do not provide an appropriate textbook or materials for the teachers to adopt or adapt to the course. Stakeholders, especially department or school managers, often seem to be unaware of what it takes to design teaching materials. The challenge is actually greater as EFL-ESP teachers are often expected to design materials related to the content specialty of the students and with which they are usually not familiar. It can also be stated that most EFL teachers are at best briefly introduced to materials design in their pre-service training. In most EFL contexts, however: teachers are provided, in both public and private schools, with a full and detailed syllabus as well as teaching materials with notes to guide teachers in the implementation of the textbook. EFL teachers teaching ESP are, hence; in much more challenging situations than when they teach EFL in public schools.

2-4- Factors Making the ESP Teacher's Mission Impossible

The above three missions (designing an ESP course, designing materials and teaching field-specific/specialised language) increase in complication for Algerian ESP teachers due to a number of factors that are briefly reviewed in the following sections.

2-4-1 Lack of Job Security and Decent Remuneration

The majority of EFL teachers serving as ESP teachers in Algerian university departments are novice and part-time teachers (Found by ten (10) studies like ⁽⁴⁶⁾; ⁽⁴⁷⁾; ⁽⁴⁸⁾; ⁽⁴⁹⁾). For instance, Hemche-Bereksi Reguig observed that ESP teaching “was offered by untrained and inexperienced teachers for whom delivering an ESP course was really a struggle” ⁽⁵⁰⁾. Soon, the teacher realises “the difficulty of his or her role.” ⁽⁵¹⁾. ESP teachers need time to do the least demanding of the tasks imposed on them, i.e. finding and selecting materials, which is hardly possible for many part-time teachers. They often have “other responsibilities outside the university (either at secondary school or tertiary level)” ⁽⁵²⁾. Most ESP teachers enjoy neither job security nor the minimum remuneration to invest time and energy in undertaking complex tasks like doing needs analysis, designing a programme and appropriate materials or even training themselves in the new ESP teaching business.

2-4-2 EFL-ESP Teachers Are Not Trained in ESP Teaching

Research on the ESP situation in Algeria is unanimous about the failure of institutions to provide training for teachers in ESP teaching (19 studies like ⁽⁵³⁾; ⁽⁵⁴⁾; ⁽⁵⁵⁾; ⁽⁵⁶⁾; ⁽⁵⁷⁾; ⁽⁵⁸⁾. According to Mansouri, “The demand for ESP teachers, from the various institutes of science and technology has, so far, not been met” ⁽⁵⁹⁾. Therefore, in terms of teaching profile, Khaldi maintained, “all ESP teachers were primarily “General English” teachers” ⁽⁶⁰⁾ and the situation has not changed much since. Nonetheless, “Postgraduate studies in ESP have ...been opened in a number of universities like those of Laghouat, Chlef and Oran. Yet, the graduates rarely contribute to real ESP teaching as they often do not lecture in departments of technical sciences”⁽⁶¹⁾.

The ESP module in the Algerian departments of English might be expected to prepare future ESP teachers. But, as noticed by Khaldi, the task of the ESP module teacher “was quite a daunting one: Not only did he/she have to teach the language of a particular subject (i.e. terminology) which even he/she did not know, but at the same time s/he had also to teach that particular field to students who, assumingly, knew nothing about it.” This situation has understandably led, according to Khaldi, to the disappearance of the ESP module from the curriculum ⁽⁶²⁾ before it was reintegrated again into the curriculum after 2004 with the LMD System. The failure of the ESP module in Algerian departments of English is due to inadequate specifications of course objectives, students’ needs, teachers’ training, teaching materials and teaching methodology⁽⁶³⁾. Besides, this module may introduce would-be teachers to ESP discourse but do much less in terms of training in ESP pedagogy. Khaldi found out that at Algiers University, the Department of English provided no teacher training for EFL graduates in ESP teaching. In his terms, “there was no provision made for the possibility that students could be involved in a situation where they had to teach this kind of English”⁽⁶⁴⁾.

Unfortunately, in the absence of pre-training, many ESP teachers may also not be benefitting from collaboration with other EFL-ESP teachers, subject-specialists-ESP teachers and subject-specialist content teachers⁽⁶⁵⁾; ⁽⁶⁶⁾; ⁽⁶⁷⁾; ⁽⁶⁸⁾; ⁽⁶⁹⁾; ⁽⁷⁰⁾. Some subject-specialist content teachers may be “reluctant to share common interest with English language teachers to help them in their tasks” ⁽⁷¹⁾. Such reluctance may simply be due to a perception of being too overwhelmed with one’s teaching and research workload to venture into exploring other areas and helping out ESP teachers with insights about the specialism of the department. After all, what incentives do these teachers have to expend time and effort in collaborating with ESP teachers?

Lack of ESP training and limited ESP teaching experience may have negative effects on the quality of ESP teaching ⁽⁷²⁾. The obvious consequence of the widespread lack of training

would be, as noted by Outemzabet, that ESP instructors lack expertise in ESP teaching methodology, course design and materials design⁽⁷³⁾ let alone “dealing with the subject content”⁽⁷⁴⁾. Consequently, inadequate teaching methods were found by some studies that used observation or content analysis of the programmes (e.g. ⁽⁷⁵⁾; ⁽⁷⁶⁾; ⁽⁷⁷⁾). For instance, Afia & Mami revealed that “the course content was ... grammar-based only”⁽⁷⁸⁾.

The lack of teacher training in ESP stands out from research as a major hurdle against good teaching and learning in ESP courses in the Algerian context. In addition, ESP teachers are usually confronted with other unfavourable conditions that are the following:

2-4-3 ESP Learners’ Low Proficiency in English

Students’ low level of language proficiency is an additional challenge to ESP teachers. The issue was found in many contexts. It has been highlighted by twelve (12) studies (like ⁽⁷⁹⁾; ⁽⁸⁰⁾; ⁽⁸¹⁾; ⁽⁸²⁾; ⁽⁸³⁾; ⁽⁸⁴⁾; ⁽⁸⁵⁾). Low proficiency makes it extremely difficult for ESP teachers to achieve the goal of developing a good functional communicative competence in learners.

2-4-4 Very Heterogeneous Groups of Learners

In the Algerian ESP situation, low proficiency often combines with very heterogeneous groups in terms of proficiency ⁽⁸⁶⁾; ⁽⁸⁷⁾; ⁽⁸⁸⁾; ⁽⁸⁹⁾. University departments organise learners in groups according to their overall achievement in their studies. Only in the departments of English are students grouped according to English proficiency as the main factor. Therefore, in ESP situations, the ESP teacher is usually confronted with learners in the same group at various levels of English proficiency. This situation makes it even more difficult for the language teacher to cater to the different levels in their classes.

2-4-5 Very Large ESP classes

Difficulties ESP teachers face with low proficiency learners and very heterogeneous classes are exacerbated by the fact that students from different groups in departments are combined to study together the ESP course. At least five (studies) documented the prevalence of large ESP classes ⁽⁹⁰⁾; ⁽⁹¹⁾; ⁽⁹²⁾; ⁽⁹³⁾; ⁽⁹⁴⁾. ESP teachers not only struggle with different linguistic levels, but also class management and assessment issues. The latter tend to limit the possibilities for teachers in the choice of teaching methodology leading to more teacher-centeredness and less corrective feedback and variety in the learning materials and tasks that could be used.

2-4-6 Low Value Allotted to ESP Courses by Curricula and Institutions

Research seems to suggest that university department management seems to be enthusiastic about the importance of ESP courses ⁽⁹⁵⁾; ⁽⁹⁶⁾. However, practices may be telling a different story. Limited class time allotted to the ESP course (1h30 a week) was highlighted by at least ten (10) investigations (e.g. ⁽⁹⁷⁾; ⁽⁹⁸⁾; ⁽⁹⁹⁾; ⁽¹⁰⁰⁾). Besides, “a large proportion of the students together with teachers have the view that one semester is not enough for the English course to aid them gain proficiency in the language” ⁽¹⁰¹⁾. Another sign of low value associated with the ESP course is bad time allocation ⁽¹⁰²⁾; ⁽¹⁰³⁾; ⁽¹⁰⁴⁾. In Mebitil’s terms, ESP classes “are generally planned as the last course of the day, or even the last course of the week. This fact may have a negative impact on learners’ attendance, motivation and achievements” ⁽¹⁰⁵⁾. Finally, research consistently underlines the low credit for ESP courses. It is, generally, allotted one (01) credit while the most important courses get four (04) credits. Thus, the ESP course has no significant impact on the students’ academic success ⁽¹⁰⁶⁾; ⁽¹⁰⁷⁾; ⁽¹⁰⁸⁾; ⁽¹⁰⁹⁾; ⁽¹¹⁰⁾; ⁽¹¹¹⁾. Benabdallah confirmed “the negative perceptions and attitudes of most students, as they believe that ESP is of secondary importance and minor interest” ⁽¹¹²⁾. Clearly, a lack of attention to ESP observed in many studies ⁽¹¹³⁾; ⁽¹¹⁴⁾; ⁽¹¹⁵⁾; ⁽¹¹⁶⁾ leads to lower students’ motivation.

2-4-7 Low Student Motivation for Studying ESP Courses

The final major challenge ESP teachers usually face is widespread students’ low motivation to study English. In seventeen (17) studies, many students reflected positive attitudes towards ESP (e.g. ⁽¹¹⁷⁾; ⁽¹¹⁸⁾; ⁽¹¹⁹⁾; ⁽¹²⁰⁾). For instance, in one study, “the majority of the students put the English course on the same level of importance in comparison to other

subjects ... [They] identify a future job as being the target situation where English is going to be used”⁽¹²¹⁾. Indeed, students and teachers “were aware about the importance of English for future professional success”⁽¹²²⁾. But, as a consequence of the above factors (absence of a clear programme that meets learners’ needs, teachers’ lack of ESP training, inappropriate materials, learners’ low English proficiency, etc.), some studies (09) revealed low student motivation in ESP courses⁽¹²³⁾; ⁽¹²⁴⁾; ⁽¹²⁵⁾; ⁽¹²⁶⁾. Once learners find out that the ESP course does not meet their needs and expectations, they show signs of demotivation⁽¹²⁷⁾. Learners “expressed a great dissatisfaction with all aspects of the training program”⁽¹²⁸⁾. They become “reluctant to learn English as there is no clear-cut and well-defined purpose”⁽¹²⁹⁾. The absence of a clear ESP syllabus or overlooking learners’ needs seem to have undermined significantly their motivation for ESP courses. Low student motivation potentially leads to certain disruptive behaviours⁽¹³⁰⁾; also ⁽¹³¹⁾, absenteeism⁽¹³²⁾; ⁽¹³³⁾; ⁽¹³⁴⁾, lack of interactivity and excessive dependence on the teacher⁽¹³⁵⁾. Indeed, it is quite easy to understand that, in these difficult conditions (described above), many Algerian ESP students were found to be “disinterested and frequently absent during ESP sessions”⁽¹³⁶⁾.

Overall, the findings of the present meta-analysis of research on ESP situation in Algeria reveal a discrepancy between policy statements and practice. To borrow Sahli’s terms, “Though English is gaining more attention and importance in the Algerian teaching and learning disciplines at university, ESP, in particular, still has a long journey to be well-established”⁽¹³⁷⁾; also ⁽¹³⁸⁾. The missions assigned to ESP teachers are so challenging that they tend to become impossible to accomplish. To reiterate one challenge, it could be useful to cite an investigation of how three teachers of maritime English in a Chinese college responded to unpredicted ‘In-class Subject Knowledge Dilemma’ (ISKD) situations where their subject knowledge is limited. The teachers believed that the occurrence of such problems made them appear less competent teachers⁽¹³⁹⁾; hence ;the negative impact on ESP teachers’ motivation to teach, self-efficacy and well-being. Thus, teachers keep quitting ESP positions because “The ESP teacher who constitutes a key-parameter in the teaching/learning process has been neglected”⁽¹⁴⁰⁾. Mebitil rightly summarised the plight of ESP teachers in Algeria; “the teacher who is already stressed, who has received no special training as an ESP teacher, who has no orientation and who receives no help from his colleagues, he often leaves his work”⁽¹⁴¹⁾. The evidence for this conclusion is the established fact, according to the studies analysed in this research, that ESP teachers are mostly novice teachers. They simply fail to stay long enough to become experienced teachers.

3- Implications / Suggestions

Based on the above findings, some suggestions can be made in a bid to improve the Algerian ESP situation. These suggestions are addressed to institutions and most importantly to the individual EFL-ESP teacher.

3-1- ESP Teaching Must Not Start before Syllabus And Materials Are Ready

Institutions of Higher Education should quit the misconception that recruited EFL-ESP teachers come in as a whole package of teacher, syllabus designer and materials designer. The syllabus needs to be designed “by professional ESP experts and specific-field practitioners”⁽¹⁴²⁾ starting with a needs’ analysis. Many Algerian studies (18) highlighted the necessity of conducting a need analysis prior to ESP teaching (e.g. ⁽¹⁴³⁾; ⁽¹⁴⁴⁾; ⁽¹⁴⁵⁾; ⁽¹⁴⁶⁾; ⁽¹⁴⁷⁾).

Departments that are willing to offer their students quality training in ESP so as to boost both their academic (studies and research) and professional careers, should make a quick and firm decision to acquire a syllabus appropriate to the needs of their students. They can hire, for a limited time (1 to 2 years), syllabus designers who have the necessary skills and who will be given sufficient resources, especially time to design an appropriate ESP syllabus and prepare materials that teachers can adopt and adapt to the needs of specific classes of learners. As a quality assurance measure, departments can submit, for a fee, the designed syllabus and materials to an assessor so as to check whether they really are appropriate to their needs.

These measures constitute the first and foremost guarantee that learners and managers and eventually teachers will experience satisfaction with the ESP course.

If the institution (the client department) fails to deliver on the duty of providing syllabus and materials and if teachers take on the position anyway, ESP teachers can still autonomously step up and do something to, at least, find out some of the learners' needs using a quick and simple needs analysis questionnaire. They need to involve all stakeholders: especially managers and learners. Indeed, "ESP teachers could create a motivating learning atmosphere by focusing on learners' needs and involve students in the process of course design" ⁽¹⁴⁸⁾. Needs analysis is an objective transparent traceable procedure to involve learners and managers in decision-making about the course objectives, and hence; assuming some responsibility for its outcomes. The data collected will also enhance their self-confidence and self-efficacy about the content they teach as their decisions about learning goals and materials will be based on data. In addition, they will have evidence to defend their decisions and choices.

A standard needs analysis will define the needs of learners of a specific university department. The analysis must aim to answer two simple questions:

1. What do learners need to be able to do with English at university (academic needs)?
2. What do learners need to be able to do with English at work (professional needs)?

According to Khaldi, "The most thorough explanation of needs analysis is the system set out by Munby in "Communicative Syllabus Design" ⁽¹⁴⁹⁾ in which he proposes a detailed profile of learners' needs in terms of communication purposes, communicative setting, the means of communication, language skills, functions, and so on" ⁽¹⁵⁰⁾.

Another more direct and simple procedure could supplement the needs analysis questionnaire. A diagnostic test in the first class of the course should help teachers identify the needs of the specific group of learners for that semester as well as assess their current level in English. The latter is also useful to inform the teacher about how heterogeneous the class is. Finally, and very importantly, determining the current level of learners is vital to appreciate the learning achieved, and hence; protect the ESP teachers' work from unfair criticism. Learners should not be expected to achieve an intermediate level if they start the academic year at the elementary level especially as the ESP course is not intensive. It is useful to remember here that, "course development should be viewed as an on-going process. It can be revised and modified through course evaluation and needs' analysis" ⁽¹⁵¹⁾; also ⁽¹⁵²⁾. Brief course review and needs analysis undertaken before the start of each course will ensure that it is appropriate to the needs of the upcoming group of learners.

3-2- Improving Working Conditions for ESP Courses

As discussed under section 2.4 above, environmental factors make the mission of ESP teachers extremely difficult. A few simple suggestions are offered below to Algerian Higher Education especially department managers and teachers to improve working conditions for ESP courses in Algeria.

3-2-1- Job Security and Decent Remuneration

The missions often assigned to ESL-ESP teachers are made impossible by the fact that they usually work as underpaid part-time teachers. Most ESP teachers enjoy neither job security nor the minimum remuneration to invest time and energy in undertaking complex tasks like doing serious needs' analysis, designing a programme and appropriate materials or training in ESP teaching. If the government truly wants to provide university students and future employees with minimum quality training in ESP, they must take measures that could make these positions more attractive to good teachers, and hence; competition between teachers will drive teaching standards higher. As teachers are usually expected to design courses and materials, recruiting them on permanent contracts will offer them the job security and regular decent salaries that should encourage them to invest the necessary resources (time and effort). Until the government rises to this responsibility, department managers can still take measures to attract good dynamic and committed teachers. They can compensate lack of job security

and decent remuneration by adjusting their expectations from ESP teachers, especially by not expecting them to produce a programme or design materials rich in specialised content. They can also provide them with more flexible time tables to allow them to take other jobs, and by paying them some overtime for self-training, and then for course and materials design.

3-2-2- Creating Less Heterogeneous Groups with More Reasonable ESP Class Size

Department managers can also improve the working conditions for ESP courses by dividing groups into at least two separate linguistic levels throughout a simple and quick placement test. This measure may alleviate the challenges posed by very heterogeneous groups of learners and enhance the possibility of better quality teaching and learning. It will make it easier for ESP teachers to provide teaching that will be better suited to the linguistic level of learners. Dividing each existing group of learners into two groups should also favour smaller classes that are more conducive to learner-centred communicative and interactive approaches.

3-2-3- Valuing ESP Courses by Institutions

The meta-analysis of research on ESP discussed above highlights insufficient class time allotted to the ESP course (1h30 a week), bad time allocation, and a low credit number for ESP courses. Such treatment may have a negative impact on teachers and learners' motivation. Course time should be increased to allow more time for teachers and learners to work toward learning goals. Indeed, ESP courses "should not be considered as a single project or selected to be taught for one or two semesters, but they should be well organized [in] a long term curriculum" ⁽¹⁵³⁾. Credit and Coefficient should be increased to motivate students to commit time and effort to learn English.

3-2-4- Economical Training for EFL-ESP Teachers in ESP Teaching

Research on the ESP situation in Algeria unanimously highlights the failure of institutions in providing training in ESP teaching. The obvious consequence of the widespread lack of training is instructors' lack of expertise in ESP teaching methodology, course design and materials design let alone teaching subject content. Thus, many studies underscored the need for adequate ESP teacher training (12 studies, e.g. ⁽¹⁵⁴⁾; ⁽¹⁵⁵⁾; ⁽¹⁵⁶⁾; ⁽¹⁵⁷⁾). Hence, concerning pre-service training, EFL teacher training programmes should be reviewed to make sure they provide sufficient training or at least an introduction to syllabus design, needs' analysis and materials design. In the 1990s, the department of English at Blida 2 University attempted to introduce an ESP "Licence" degree. Unfortunately, the project did not materialise like its counterpart at the University of Algiers in the 1970s ⁽¹⁵⁸⁾. Lessons from such experiences should be taken into consideration to design better ESP courses and implement them in a better way. Moreover, ESP teachers should better be recruited from graduates of the target department and offered full-time jobs that will ensure they fully engage in training in ESP teaching. Here too, Algerian departments of English can contribute by offering adequate training. Training must involve the necessary theoretical knowledge underpinning ESP teaching, characteristics of ESP registers (sciences, occupations, etc.) and introduction to elements of syllabus and materials design (see detailed suggestion in ⁽¹⁵⁹⁾). Such courses represent a major strategy for Algerian departments of English to lead efforts to train ESP teachers.

As for in-service training, client university departments can provide cost-effective 1-day training workshops that can be facilitated by experts in ESP and / or experienced ESP teachers with specialised knowledge in the academic area of learners. Teachers can also take the initiative for doing self-training through reading and watching videos on ESP course design, needs' analysis, and finding, adapting and designing teaching materials. Moreover, many ESP teachers may also not be benefitting from collaboration with other EFL-ESP teachers, subject-specialists-ESP teachers and subject-specialist content teachers. In designing materials, the ESP teacher can turn to a subject expert for advice on the technical content ⁽¹⁶⁰⁾. Indeed, team teaching is "an important key to the improvement of ESP teaching situations either by collaborating with subject specialists or other ESP teachers" ⁽¹⁶¹⁾; also ⁽¹⁶²⁾; ⁽¹⁶³⁾.

Thus, department managers should encourage and give incentives for collaboration as a powerful tool for professional development. Researchers recommended collaboration to improve ESP teaching ⁽¹⁶⁴⁾; ⁽¹⁶⁵⁾; ⁽¹⁶⁶⁾; ⁽¹⁶⁷⁾. As many university teachers may be reluctant to collaborate due to a perception of being overloaded with work, a short monthly collaborative meeting remunerated as overtime is a simple but rewarding strategy.

3-3- Implications for Future Research on ESP in Algeria

The findings of the meta-analysis of fifty-five (55) studies on ESP in Algeria in the present paper suggest that a few measures are advisable to improve the validity and reliability of the research. Better quality research can inform efficient measures to improve the quality of ESP teaching in Algerian Higher Education.

Concerning the methods of data collection, as the methodology was not clearly described in three (03) papers and, in one study, the sample was not clearly defined, future research must carefully describe the study in terms of context, participants, research tools and procedure of data collection. Researchers should indicate whether issues occurred in order to allow professional readers and researchers to assess those studies and their findings and eventually use them. To the latter end, and as out of the forty-one (41) studies reviewed that comprised primary data collection, only thirteen (13) appended the research tools used, future research must append them to allow other researchers to review them and assess the validity of the results.

Besides, only eleven (11/41) studies used classroom observation for data collection. More use of this direct probe is advisable to explore what is actually happening in ESP classes as opposed to what participants say is happening. For instance, Hamzaoui-Elachachi & Bouklikha-Graia discovered that “Although subject students reported being motivated to learn English, their classroom behaviour showed lack of interest and low motivation” ⁽¹⁶⁸⁾. Similarly, content analysis of documents like textbooks, students’ papers, and programmes was employed only six times (06). This is, certainly, an irreplaceable tool that has been very rarely used to research ESP in Algeria. It helps researchers find out real versus perceived needs and real versus reported teaching and learning practices. Future research should systematically involve content analysis of ESP course descriptions and materials.

As for the participants enrolled in research, students are the second most widely used category of informants by research on ESP in Algeria. It is, therefore: important to remember, as Aliche & Sait remarked, that they may be confused about their ESP needs ⁽¹⁶⁹⁾. Future research should systematically and fully include teachers and managers in needs analysis, and hence; in decision-making; i.e. defining the needs and objectives of the course. In Algerian Higher Education, department managers are the most influential stakeholders in assessing the success or failure of ESP teachers. Their participation can serve as a strategy to sensitise them to the complexities the teacher is facing. Lack of awareness often leads to harsh simplistic judgement against ESP teachers; the managers’ involvement in the process of needs’ analysis and defining the goals of the ESP course should foster a better understanding of the situation, more realistic expectations and more objective evaluation of the course (teaching).

Moreover, research interested in the Algerian ESP situation should use previous research about the Algerian context to both compare and contrast the findings from different Algerian universities. Only thirty-five (35) out of the 1433 sources referenced by the studies reviewed in this research are written about the Algerian ESP context, representing 02.5 % only. The studies referenced in the present research hardly mention each other. Combining research about the Algerian context would help us formulate a better picture of the ESP situation, its challenges and pool the suggested strategies and solutions to the problems facing ESP in Algeria. Besides, as only one author had four (04) and another three (03) publications on ESP, specialisation of researchers in ESP research areas probably would increase the quality of such research.

Finally, Algerian departments of English can contribute to improving the ESP situation through research. Khaldi suggests that graduate student researchers (Magister and PhD) do

their theses on ESP needs' analysis and syllabus design and – or evaluate existing ESP courses. In his terms, each student can pick a Higher Education department or institute to analyse its needs and ultimately design an ESP course ⁽¹⁷⁰⁾. Accumulating a considerable body of research should improve the ESP situation.

4- Concluding Notes for ESP Teachers

Here, we would like to highlight a few key recommendations for ESP teachers to make their teaching experience more conducive to success and satisfaction.

4-1- ESP teachers should refuse impossible missions. Being the language and pedagogy specialist compared to the client university department or employer, they should step up to take the lead and explain to them what can realistically be done in the ESP course. They should also insist on signing contracts where the mission of the teacher is clearly stated and delimited to prevent any misunderstanding about their role.

4-2- ESP teachers should define and accept only teaching goals they can achieve. Realistic course goals give teachers, managers and learners a better chance to experience success and satisfaction. Broad, vague and too ambitious goals increase failure and dissatisfaction. The process starts with a simple needs' analysis where the learners and managers tell the ESP teacher what learners need English for. They should get them to list needs in order of priority, indicate how much time they can afford, how long the course is, and what their current level of English is. With these data, ESP teachers can step up as language learning specialists in the department and advise on what and how it can be done. No one can teach anything or everything. Syllabus design is mainly a task of selection.

4-3- The most important recommendation is that teachers should be proactive and pursue their own training and professional development autonomously ⁽¹⁷¹⁾; ⁽¹⁷²⁾. Teachers have all the professional and personal reasons not to depend on institutions for their advancement through self-directed development. Resources and strategies are available to any teacher who wishes to become a better, and hence; more successful teacher (See for instance suggestions for CPD by Missoum, ⁽¹⁷³⁾).

Conclusion

ESP has recently gained considerable attention from the Algerian government. Higher Education is a central player in the effort to train citizens with a good command of English for academic and professional purposes. In order to examine the situation of ESP in Algerian Higher Education in a bid to gauge the extent to which it is able to achieve this national goal, the present research consisted of a meta-analysis of research on ESP in Algeria. Fifty-five (55) studies were analysed. This analysis yielded a number of challenges facing ESP teachers. Often, novice teachers with BA degrees in English are assigned to teach ESP modules at Algerian universities. The main reason for recruiting novice teachers is often related to costs; positions are offered for annual contracts with low salaries sometimes paid irregularly. Those teachers often experience feelings of loss and uncertainty about what to teach. They end up teaching anything determined by the materials they struggle to find on their own. This usually, as can easily be expected, leads to dissatisfaction on all sides; the teachers, the learners and eventually the management. University departments seeking to teach their students English that is suitable for their specialty often fail to assist teachers in terms of providing appropriate syllabi and materials, let alone teacher training. They simply tend to place unrealistic expectations on the teachers' shoulders. The latter are often expected to immediately design a syllabus and provide the necessary materials. Each of the latter tasks requires people with specific training; i.e. training in course design and material design. These complex tasks are also understandably time and effort-intensive. University departments usually fail to provide time and financial incentives for teachers to engage in needs' analysis, syllabus design and materials preparation.

The above situation negatively affects the quality of ESP teaching, and eventually, the students' motivation to learn and the teachers' motivation to teach. The immediate solution to this situation is to recruit ESP teachers based on a clear reasonable contract that takes into

consideration the tasks expected, teaching only, course outline design, and/or lesson design (including materials design). Expectations and the ESP teacher contract must be consistent with the means the client department is making available to teachers. If the department cannot provide a course outline and materials, it must provide instead the time, remuneration and job security that will allow the ESP teacher to design a course appropriate for the learners' needs. Otherwise, expectations from the ESP teacher must be kept realistic.

Most research focused on identifying needs in terms of ESP in different contexts. Of course, more research is needed to identify those needs for every academic and professional field. This stage is an essential first stage in the process of developing ESP education. However, research institutions must focus efforts on moving forward to specify the characteristics of ESP courses needed, designing those courses, preparing banks of materials to implement the courses, and implementing the courses under monitoring for assessing the courses. Then, data from this assessment should be fed back into course revision for better quality. This cyclical process will need to remain ongoing as needs will probably change over time. This process is both complex and labour-intensive. It has, thus; to be undertaken by institutions, not individual researchers.

References

- 1- Afia, A. & Mami Abdellatif, N. (2020). An ESP course design for postgraduate students of engineering at Badji Mokhtar Annaba University in Algeria. *International Journal of English Language Teaching - EA Journals UK*, 8(01), 1-10, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.univ-soukahrass.dz>.
- 2- Aliche, Z. and Sait, S. (2015). Needs analysis and syllabus design for an ESP course for master 1 industrial chemistry students at Saad Dahleb University (Blida, Algeria)", MA Dissertation, Department of English, Blida 2 University, Algeria (Supervised by Mr. Maamar Missoum).
- 3- Bouchareb, H. (2022). Investigating the teaching of English at the institutes of vocational training in Algeria *Review El'Bahith - ENS Bouzareah, Algiers*, 13 (02), 723-741, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 4- Dakhmouche, F. R. (2008). Meeting Students' Needs An Analysis Of ESP Teaching At The Department of Computer Science, Magister Dissertation, University of Constantine, Algeria, downloaded on 30 April 2022 from <http://archives.umc.edu.dz>.
- 5- Hamdani, I. & Ouahmiche, G. (2022). Identifying the English language needs of hydraulics engineers: bridging the gap between ESP academic studies and professional needs. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 9 (2), 677-689, downloaded on 16 September 2022 from <https://www.academia.edu>.
- 6- Khaldi, K. (1995). The Contribution of the ESP teacher to the development of the use of English in Algerian companies. A case study, *Sonatrach. ASP. La Revue du GERAS*, 7 (10), 207-216, downloaded on 27 December 2022 from <https://journals.openedition.org>.
- 7- Mebitil, N. (2014). Teaching EST in Algeria: training or retraining language teachers? *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (20), 2381-2381, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.richtmann.org>.
- 8- Khaldi (1995).
- 9- Outemzabet, B. & Sarnou, H. (2023). Exploring the significance of English-based communication for a community of medical academics in a public university teaching hospital in Algeria. *English for Specific Purposes*, 70, 116-130, downloaded on 22 December 2022 from <https://doi.org/10.1016/j.esp.2022.12.001>.
- 10- Adli, F., Sarnou, H., & Hamerlain, L., (2019). The teachers' needs for medical English in the faculty of medicine at Abdelhamid Ibn-Badis University, *International Journal of Psycho-Educational Sciences*, 8(1), 34-41, downloaded on 02 January 2023 from <https://www.journals.lapub.co.uk>.
- 11- Ould-Si-Bouziane, S. (2020). Towards teaching English for medical purposes at the intensive language teaching centre of Mostaganem. *Revue Maghrébine de Langues*, 11(1), 5-13, downloaded on 12 January 2023 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 12- Outemzabet, B. (2020). Maritime English language needs and practices in the Port of Bejaia: an ethnographic case study. *Journal of Studies in Language, Culture and Society*, 3(2), 112-126, downloaded on 12 January 2023 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 13- Outemzabet & Sarnou (2023).
- 14- Khaldi (1995).

- 15- Adli et al. (2019).
- 16- Boudersa, N. (2018). ESP education in Algeria: a description of the teaching situation scenario with focus on problems, challenges and training. *International Arab Journal of English for Specific Purposes*, 1 (2), 1-22, downloaded on 30 April 2022 from <https://revues.imist.ma>, p. 1.
- 17- Mebitil (2014) p. 2382.
- 18- Achir, S. & Sebane Z. (2022). The Challenges of teaching legal English at the University of Oran 2, *Ichkalat Journal*, 11 (1), 1342-1357, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>, p. 1354.
- 19- Assassi, T. (2020). The Status of ESP in Algeria: the need for highly specialized courses of English. *Humanization Journal for Researches and Studies*, 11 (20), 439-455, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 20- Benyelles, R. (2013). Teaching common core English in ESP classes: a way to promote translation as a learning tool, *Cahiers de Linguistique et Didactique*, 5 (1), 244-262, downloaded on 02 January 2023 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 21- Benzerdjeb, S. (2021). Meeting business students' English language needs in the Algerian tertiary education. *Global Journal of Foreign Language Teaching*, 11(2), 124-139, downloaded on 20 October 2022 from <https://doi.org/10.18844/gjflt.v11i2.5684>.
- 22- Hamdani & Ouahmiche (2022).
- 23- Hadj Djelloul, K. (2021). English in the Workplace: Language Needs of Bank Employees Bank of Algeria as a Case Study. *Revue EL-Bahith en Sciences Humaines et Sociales*, 13 (02), 525-534, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>, p. 531.
- 24- Khaldi (1995).
- 25- Achir and Sebane (2022) p. 1353.
- 26- Assassi (2020).
- 27- Benyelles (2013).
- 28- Khaldi (1995).
- 29- Ghedeir Brahim, M. & Nesba, A. (2017). Investigating English Language Needs of Petroleum Master One Students at Kasdi Merbeh University in Ouargla, Algeria. *International Journal of Novel Research in Education and Learning*, 4 (1), 20-26, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.noveltyjournals.com>, p. 25.
- 30- Hamzaoui-Elachachi, H. & Bouklikha Graia, W. (2014). Motivation in the ESP classroom: the case of Algerian Biomedical Engineering students. *The Asian ESP Journal*, 1 (1), 69-103, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.researchgate.net>, p. 91.
- 31- Khaldi (1995).
- 32- Benyelles (2013) p. 251.
- 33- Dakhmouche (2008) p. 116.
- 34- Sahli, N. (2016). The challenges of teaching ESP in the department of political sciences. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 4 (2), 373-380, downloaded on 30 April 2022 from <http://espeap.junis.ni.ac.rs>, p. 378.
- 35- Bouyousfi, M. & Hammouda, H. (2021). An Investigation of The Relationship Between Teachers' Training and The Quality of Their ESP Teaching - The Case of Process Engineering Department, Saad Dahleb University and Commercial, Economical and Management Sciences Departments, Ali Lounici University, Blida, Algeria, MA Dissertion, English Department, University of Blida 2 (supervised by Maamar Missoum).
- 36- Guerid, F. (2019). An ESP Course Design for Finance Managers: The Case of ArcelorMittal Algeria Company, Doctoral Thesis, University of Stif 2, downloaded on 30 April 2022 from <http://dspace.univ-setif2.dz>.
- 37- Benabdallah, N. (2019). Rethinking ESP in Algerian universities: towards an adaptable materials-design framework, *American International Journal of Social Science*, 8 (1), pp 33- 37, downloaded on 02 June 2022 from <https://www.researchgate.net>
- 38- Afia & Mami (2020) p. 4.
- 39- Mebitil (2014) p. 2382.
- 40- Wu, H. & Badger, R. G. (2009). In a strange and uncharted land: ESP teachers' strategies for dealing with unpredicted problems in subject knowledge during class. *English for Specific Purposes*, 28 (1), 19-32, downloaded on 28 May 2010 from <https://www.researchgate.net>, p. 19.

- 41- Mebitil, N. (2013). The LMD system - a problematic of an ESP perspective. *English for Specific Purposes World*, 14 (38), 1-7, downloaded on 30 April 2022 from <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net>, p. 5.
- 42- Dakhmouche (2008).
- 43- Ibid p. 114.
- 44- Hemche-Bereksi Reguig, H. (2015). A Comparative Study Of Teaching ESP In The LMD System In Algerian And French Universities: The Case Of The Faculties Of Sciences In Tlemcen And Paris-Sud Universities. Doctoral Thesis, Department of Foreign Languages, University of Tlemcen, downloaded on 20 September 2015 from <http://dspace.univ-tlemcen.dz>, p. 342.
- 45- Kherrous, S. & Belmekki, A. (2021). Investigating the need of Algerian bankers to develop specialized business vocabulary - the case of Algeria Gulf Bank employees in Tlemcen, *ESP World*, 23(62), 1-14, downloaded on 30 April 2022 from <http://esp-world.info>, p. 13.
- 46- Assassi (2020).
- 47- Boukhatem, N. (2021). The Difficulties that hinder the effectiveness of teaching ESP in the law department. *English for Specific Purposes World*, 23 (62), downloaded on 30 April 2022 from <http://esp-world.info>.
- 48- Khaldi (1995).
- 49- Mebitil (2014).
- 50- Hemche-Bereksi Reguig (2015) p. 336.
- 51- Dakhmouche (2008) p. 117.
- 52- Bouabdallah, N. & Bouyacoub, M. C. (2017). The ESP teaching and learning situation in the Algerian universities with reference to psychology students at Tlemcen University. *International Journal of Curriculum and Instruction*, 9 (2), 217-227, downloaded on 30 April 2022 from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1207229.pdf>, p. 224.
- 53- Achir and Sebane (2022).
- 54- Belhouchet, F. Z. (2015). Teaching and learning specific English language at ENS-Bouzaréah, *Langues, Communication Et Nouvelle Technologie*, 3 (3), 20-30, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 55- Bouguenous, A. (2019). The Need for Teaching Effective ESP Courses for Medical Students in Algeria: The University of Sidi Bel-Abbès as a Case Study. Doctoral Thesis, University of Belabbes, Algeria, downloaded on 30 April 2022 from <http://rdoc.univ-sba.dz>.
- 56- Bouyousfi and Hammouda (2021).
- 57- Mebitil, N. (2011). An Exploration of the Main Difficulties, Challenges and Requirements of the ESP Teaching Situation in Algeria: The Case of ESP Teachers at Abou Bekr Belkaid University, Tlemcen. Magister Thesis, The University of Tlemcen, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.researchgate.net>.
- 58- Outemzabet, B. (2022). An exploration of the ESP expectations and motivational orientations in Algerian science faculties: A case study. *Language*, 13 (01), 384-402, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 59- Mansouri, B. (1990). The Importance and impact of EST/ESP at the University of Blida: the perspective of an ESP-four year "licence" degree" In Saib, Jilali (ed.) *English Language Teaching in the Maghreb Current Issues in Evaluation. Proceedings of the XIth National Conference of the Moroccan Association of Teachers of English (MATE)*. Oujda, December 1990, Rabat: Morocco, 103-113, p. 104.
- 60- Khaldi, K. (1990). "Do we need an ESP component in the curriculum of the licence?" In Saib, Jilali (ed.) *English Language Teaching In the Maghreb Current Issues in Evaluation. Proceedings of the XIth National Conference of the Moroccan Association of Teachers of English (MATE)*. Oujda, December 1990 Rabat: Morocco, 91-102, p. 99.
- 61- Afkir, M. (2020). The language question in Algeria and the prospects of ESP teaching in higher education. *Revue Maghrébine des Langues*, 11(1), 73-87, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>, p. 82.
- 62- Khaldi (1990) p. 98.
- 63- Ibid p. 92.
- 64- Ibid p. 99.
- 65- Achir and Sebane (2022).
- 66- Benabdallah (2019)
- 67- Bouyousfi and Hammouda (2021).

- 68- Dakhmouche (2008).
- 69- Mebitil (2011).
- 70- Mebitil (2013).
- 71- Dakhmouche (2008) p. 115.
- 72- Bouabdallah and Bouyacoub (2017) p. 224.
- 73- Outemzabet (2022) p. 384.
- 74- Kherrous & Belmekki (2021) p. 12.
- 75- Belhouchet (2015).
- 76- Hamzaoui-Elachachi and Bouklikha-Graia (2014).
- 77- Sahli (2016).
- 78- Afia & Mami (2020) p. 7.
- 79- Achir and Sebane (2022) .
- 80- Benzerdjeb (2021)
- 81- Ghedeir and Nesba (2017).
- 82- Kherrous & Belmekki (2021).
- 83- Lamri, C.-E. (2011). An English Course For Law and Administrative Sciences Students - The Case Of Fourth- Year Students At Abou Bekr Belkaid University – Tlemcen, Magister Thesis, Department of English, University of Tlemcen, downloaded 01 May 2021 from <https://www.academia.edu>.
- 84- Mebitil (2014).
- 85- Outemzabet (2022).
- 86- Abbou, T. (2013). Teaching ESP at the UFC (Open University) in Adrar. *مجلة الحقيقة* 12 (1), 1-15, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.researchgate.net>.
- 87- Izidi, R. & Zitouni, M. (2017). ESP needs analysis: the case of mechanical engineering students at the University Sciences and technology, Oran USTO. *Revue Académique des Études Sociales et Humaines*, 18, 16-25, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 88- Khaldi (1995).
- 89- Mebitil (2014).
- 90- Achir and Sebane (2022).
- 91- Belabdelouahab-Fernini, L. (2021). Assessing an ESP course at the computer science department: the case study of the University of M'Sila, Algeria, *El Omda in Linguistics and Discourse Analysis*, 05 (02), 434-447, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>.
- 92- Dakhmouche (2008).
- 93- Izidi and Zitouni (2017).
- 94- Mebitil (2014).
- 95- Dakhmouche (2008).
- 96- Bouguenous (2019).
- 97- Abbou (2013).
- 98- Belabdelouahab-Benzerdjeb (2021).
- 99- Fernini (2021).
- 100- Zine, A. (2017), The Situation of ESP in EFL economics classes. *International Journal of Curriculum and Instruction*, 9 (2), 206-216, downloaded on 30 April 2022 from <http://ijci.wcci-international.org>.
- 101- Ghedeir and Nesba (2017) p. 25.
- 102- Afia & Mami (2020).
- 103- Dakhmouche (2008).
- 104- Mebitil (2014).
- 105- Ibid p. 2382.
- 106- Belabdelouahab-Fernini (2021).
- 107- Benabdallah (2019).
- 108- Dakhmouche (2008).
- 109- Izidi and Zitouni (2017).
- 110- Khaldi (1990).
- 111- Outemzabet (2022).
- 112- Benabdallah (2019) p. 34.
- 113- Assassi (2020).
- 114- Dakhmouche (2008).

- 115-Guerid (2019).
116-Sahli (2016) p. 378.
117-Adli et al. (2019).
118-Benzerdjeb (2021).
119-Mebitil (2014).
120-Lamri (2011).
121-Izidi and Zitouni (2017) p. 24.
122-Zine (2017).
123-Abbou (2013).
124-Dakhmouche (2008).
125-Mebitil (2011).
126-Outemzabet (2022).
127-Afia & Mami (2020) p. 6.
128-Bouchareb (2022).
129-Benabdallah (2019) p. 34.
130-Mebitil (2011).
131-Benabdallah (2019).
132-Ibid.
133-Hemche-Bereksi Reguig (2015).
134-Outemzabet (2022).
135-Achir and Sebane (2022).
136-Hemche-Bereksi Reguig (2015) p. 341
137-Sahli (2016) p. 378.
138-Dakhmouche (2008).
139-Wu and Badger (2009) p. 19.
140-Mebitil (2014) p. 2384.
141-Ibid p. 2383.
142-Boudersa (2018) p. 20.
143-Belhouchet (2015).
144-Boukhatem (2021)
145-Cherchab, F. (2012). Authentic Materials in ESP: An Evaluation Proposal at the Department of Sciences within the LMD System, Doctoral Thesis, University of Oran, downloaded on 04 June 2022 from <https://theses.univ-oran1.dz/document/42201236t.pdf>
146-Hadj Djelloul, K. (2019). Needs analysis on the use of English in hospitality industry the case of marriott convention centre in Algeria. Journal of Studies in Language, Culture and Society, 02 (02), 76-86, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>
147-Mebitil (2014)
148-Hamzaoui-Elachachi and Bouklikha-Graia, 2014 p. 70
149-Munby (1978)
150-Khalidi (1990) p. 96
151-Ghedeir and Nesba (2017) p. 26
152-Arabi, M. & Benaicha, K. (2019). The English communication needs of computer science students, case study: second year students, computer science department, University of Chlef. , 5 (1), 563-568, Downloaded on 31 May 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>
153-Bouchareb (2022) p. 739
154-Belhouchet (2015)
155-Bouguebs, R. (2018). Teacher training course a key success to ESP challenges: knowledge and practices, International Arab Journal of English for Specific Purposes, 1(2), 23-41, downloaded on 04 June 2022 from <https://revues.imist.ma>
156-Khalidi (1995)
157-Zine (2017)
158-Khalidi (1990)
159-Ibid
160-Benabdallah (2019) p. 37
161-Bouyacoub (2017) p. 225
162-Bouguenous (2019)
163-Dakhmouche (2008)

- 164-** Benabdallah (2019)
 - 165-** Bouabdallah and Bouyacoub (2017)
 - 166-** Bouguenous (2019)
 - 167-** Dakhmouche (2008)
 - 168-** Hamzaoui-Elachachi and Bouklikha-Graia (2014) p. 91
 - 169-** Aliche and Sait (2015)
 - 170-** Khaldi (1990) p. 101
 - 171-** Bouyousfi and Hammouda (2021)
 - 172-** Missoum, M. (2015). Autonomous continuing professional development for Algerian University teachers of English. Arab World English Journal, August 2015, Bejaia University, International Conference Proceedings, 164 –179, available at <https://www.academia.edu>
 - 173-** Ibid
- Other studies belonging to the corpus reviewed
- 1.** Baghli, A. (2015). ESP teaching in Algeria an observation study of LMD students. Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes, 2(4), 573-578, downloaded on 30 April 2022 from <http://espeap.junis.ni.ac.rs>
 - 2.** Belmekki, A. & Bensafa, A. (2016). Skills-centred approach for an ESP course design: the case of master physics students writing scientific papers at the University of Tlemcen. European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences, 4 (6), 62-70, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.researchgate.net>
 - 3.** Boubekur, Lahcen and Radia Benyelles, Designing an ESP course for engineers in Samsung engineering work site in Timimoun. Traduction et Langues, 15 (01), 51-69, (2016), downloaded on 30 April 2022 from <https://www.univ-oran2.dz>
 - 4.** Bounadja, A. (2022). ESP for engineers: a subsequent workplace learning facilitator. Academic Review Of Social And Human Studies, 14 (1), 16 – 25, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>
 - 5.** Cotton, D.; Falvey, D. & Kent, S. (2002). Market Leader Pre-Intermediate. Harlow: Pearson Longman.
 - 6.** Haïcha-Abdat, Y. (2013). Teaching reading for specific economic purposes: identifying criteria for text selection. English for Specific Purposes World, 14(39), downloaded on 06 April 2017 from http://www.esp-world.info/Articles_39/39_ABDAT.pdf
 - 7.** Mebitil, N. (2012). Developing an intercultural awareness in an ESP context: A challenge for the novice ESP practitioners. English for Specific Purposes World, 12 (35), 1-10, downloaded on 01 June 2022 from <https://www.academia.edu>
 - 8.** Mekkaoui, G. & Mouhadjer, N. (2019). Addressing air traffic controllers' English language proficiency needs: case of Zenata airport. Global Journal of Foreign Language Teaching, 9 (3), 167-183, downloaded on 30 April 2022 from <https://un-pub.eu/ojs>
 - 9.** Saadi, B. (2015). Learning an ESP Instruction: A Comparative Study between ESP Teachers and Subject Specialists' Proficiency; the Case of Study: Master Biology Students at Larbi Ben M'Hidi University. MA Dissertation, University of Larbi Ben M'Hidi University, Oum El Bouaghi, downloaded on 04 June 2022 from <http://bib.univ-oeb.dz>
 - 10.** Segueni, L. (2012). Teaching the ESP course in the LMD system: problems and perspectives. Revue des Sciences Humaines – Université Mohamed Khider Biskra 25, downloaded on 30 April 2022 from <http://archives.univ-biskra.dz>
 - 11.** Senhadji, N. (2020). ESP: past, present, future. Revue Maghrébine des Langues, 11 (01), 14-24, downloaded on 30 April 2022 from <https://www.asjp.cerist.dz>

Difficultés scripturales en FLE chez les employés de la direction de l'unité postale**Dr. Schahrazed SOUAME ⁽¹⁾ Ambra METIRI ⁽²⁾**

1-Université Chadli Bendjedid. El-Tarf. Algérie /LIPED UBMA, Souame-schahrazed@univ-eltarf.dz

2-Université Chadli Bendjedid. El-Tarf. Algérie /LIPED, UBMA, Metiri.ambra@gmail.com

Soumis le: 10/03/2023**Révisé le:** 10/09/2023**Accepté le:** 26/09/2023**Résumé**

Notre contribution a pour but de vérifier l'effet du niveau de maîtrise de la langue française sur le bon déroulement des tâches rédactionnelles chez les employés de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf, lors de la rédaction d'une correspondance en français. Nous avons supposé que les difficultés rencontrées sont dues au manque de formation spécifique dans ladite langue. Dans ce présent article, nous allons présenter les résultats de l'entretien dans lequel nous avons conclu que ces employés ont verbalisé explicitement un besoin de suivre des formations en français sur objectif spécifique afin d'améliorer leur compétence linguistique.

Mots-clés: Langue française, tâches rédactionnelles, difficultés, formation spécifique, Algérie Poste.

صعوبات الكتابة في الفرنسية لدى موظفي إدارة الوحدة البريدية**ملخص**

تهدف مساهمتنا إلى التحقق من تأثير مستوى إتقان اللغة الفرنسية و حسن سير المهام التحريرية لدى موظفي إدارة الوحدة البريدية بولاية الطارف، عند كتابة المراسلات بالفرنسية. لقد افترضنا أن الصعوبات التي يواجهها ترجع إلى نقص التدريب المحدد على اللغة المذكورة. في هذه المقالة، سوف نقدم نتائج المقابلة التي خلصنا فيها إلى أن هؤلاء الموظفين أوضحوا بشكل صريح الحاجة إلى متابعة التدريب باللغة الفرنسية لهدف محدد (FOS) أجل تحسين مهاراتهم اللغوية.

الكلمات المفتاحية: لغة فرنسية، مهام تحريرية، صعوبات، تدريب محدد، بريد جزائري.

Writing difficulties in FLE among employees of the postal unit management**Abstract**

Our contribution aims to verify the effect of the level of language proficiency French on the smooth running of editorial tasks among employees of the management of the postal unit of the wilaya of El Tarf, when writing correspondence in French. We have assumed that the difficulties encountered are due to the lack of specific training in the said language. In this article, we will present the results of the interview in which we concluded that these employees explicitly verbalized a need to follow training in French for specific purposes in order to improve their language skills.

Keywords : French language, editorial tasks, difficulties, specific training, Algeria Post.

Auteur correspondant: Dr. Schahrazed SOUAME, Souame-schahrazed@univ-eltarf.dz

Introduction

Au lendemain de l'indépendance, nombreuses ont été les tentatives d'arabisation du secteur administratif. Plus d'une trentaine de lois ayant trait à l'arabisation ont été adoptées, et peu d'entre elles ont pu être intégralement respectées. Le coup d'envoi de l'arabisation fut donné par le président Ben Bella (1962-1965) qui fit promulguer, le décret du 22 mai 1964, qui porte sur l'arabisation de l'administration. Ce décret fut ensuite suivi par le décret no 64-147 du 28 mai 1964 relatif à l'exécution des lois et règlements (1964) imposant la langue arabe dans la rédaction des lois et règlements. Toutefois, tous les efforts déployés par l'état algérien demeurent vains et le français continu même après l'indépendance, d'être la langue professionnelle dans l'ensemble des administrations mais en situation concurrentielle avec l'arabe qui commençait à opérer son retour dans le champ officiel étant proclamé comme langue nationale utilisable obligatoirement dans les situations communicatives formelles en milieu professionnel.

Gilbert Grandguillaume ⁽¹⁾ le confirme en disant qu'« ...au lendemain de l'indépendance, l'administration publique du pays était restée totalement francisée. Les 100.000 fonctionnaires algériens formés par la France constituaient une redoutable force de résistance à l'arabisation, mais le régime algérien ne pouvait pas se passer de ses fonctionnaires. Il a donc fallu composer avec ces derniers et procéder par étapes car les fonctionnaires tendaient à s'opposer à la transformation de l'administration coloniale en celle d'Etat arabo-musulman » .

Selon Sebaa ⁽²⁾ cité par Bellatrache ⁽³⁾, « sans être la langue officielle, la langue française véhicule l'officialité. Sans être la langue d'enseignement, elle reste la langue de transmission du savoir. Sans être la langue identitaire, elle continue à façonner l'imaginaire culturel collectif de différentes formes et par différents canaux. Et sans être la langue d'université, elle est la langue de l'université. Dans la quasi-totalité des structures officielles de gestion, d'administration et de recherche, le travail s'effectue encore essentiellement en langue française ».

Au fil du temps, le nombre d'algériens formés par l'Etat français a régressé et une nouvelle génération formée par la politique d'arabisation de 1970 a vu le jour. Néanmoins, nous continuons toujours à faire usage du français pour le fonctionnement de la majorité des opérations administratives. À titre d'exemple, Algérie poste qui assure jusqu'à ce jour ses multiples services en langue française. La langue française occupe encore une place éminente en Algérie. Selon Taleb Ibrahim ⁽⁴⁾ : « (...) la langue française reste prépondérante à l'usage dans la vie économique du pays, les secteurs économiques et financiers fonctionnent presque exclusivement en français. Elle occupe une place importante dans les mass médias écrits ; ce sont les quotidiens périodiques algériens en langue française qui ont la plus large diffusion ».

Les travaux de Bellatrache ⁽⁵⁾ menés dans le secteur bancaire de même que ceux de Gahmia ⁽⁶⁾ (2015) ont également montré l'importance et l'ancrage de la langue française dans l'administration algérienne, malgré que les textes législatifs prônent l'arabisation. Cette langue assure une cohabitation pragmatique avec la langue arabe en raison d'exigences professionnelles. Le français est omniprésent dans toutes les administrations algériennes. Seulement plusieurs employés affirment qu'ils rencontrent d'énormes difficultés surtout lors de la rédaction de correspondances administratives.

Avant de définir le français sur objectif spécifique (FOS), il est important de savoir que l'apprentissage des langues nous permet non seulement de s'ouvrir à de nouveaux horizons et s'imprégner de nouvelles cultures mais aussi de se satisfaire soi-même en réalisant son objectif. Entamer une vie professionnelle est un objectif crucial pour chaque individu, pour cela il faudra se confronter à toute situation qui peut le freiner. Par exemple, il nous arrive d'apprendre une langue qui n'a jamais fait partie de notre projet personnel mais seulement par nécessité professionnelle ; en d'autres termes, le hasard de la vie professionnelle ou même universitaire nous oblige à apprendre ou à perfectionner une telle langue pour pouvoir réaliser nos tâches. Comme pour des personnes étrangères non francophones qui se sont

installées en France pour fonder un projet, ils seront donc obligés de s'inscrire dans un centre de langue afin de suivre des cours intensifs pour une durée bien limitée. C'est dans ce sens que le français sur objectif spécifique se définit.

1-Définition du FOS:

Selon le linguiste et didacticien français Cuq ⁽⁷⁾: le FOS est « *né du souci d'adapter l'enseignement du FLE à des publics adultes souhaitant acquérir ou perfectionner des compétences en français pour une activité professionnelle ou des études supérieures* ». Quant' aux linguistes et didacticiens du FLE, Mangiante et Parpette ⁽⁸⁾ ils avancent que pour distinguer le français de spécialité du FOS: « *celle qui relève de l'offre et celle qui relève de la demande. La première est une approche globale d'une discipline ou d'une branche professionnelle, ouverte à un public, le plus large possible. [...]. Le FOS, à l'inverse, travaille au cas par cas, ou en d'autres termes, métier par métier, en fonction des demandes et des besoins d'un public précis.* » Donc ; d'après ces auteurs, le F.O.S est spécifique, il est destiné à un public précis qui a besoin **DU** français pour un objectif déterminé. Il se distingue du français de spécialité, car il dépend de la demande, c'est-à-dire, c'est l'institution ou l'apprenant qui demande ce genre de formation et non de l'offre où cette dernière est adressée à un large public et s'effectue d'une manière générale. Nous pouvons joindre notre commentaire à celui de Lehmann spécialiste en l'enseignement du FLE et professeur à l'université de Lille, qui souligne à travers sa citation que la principale particularité du FOS est certainement ses publics. Ceux-ci sont souvent professionnels ou des universitaires. Ils veulent apprendre non « *LE français mais plutôt DU français* » pour réaliser un objectif donné.

2-Différentes appellations du FOS

Le Français sur objectif spécifique (FOS), a connu plusieurs appellations. À commencer par le français instrumental :

2-1- Le français instrumental : « *Terme lancé en Amérique latine dès le début des années 70 pour désigner un enseignement de français se voulant ni culturel, ni usuel, mais souhaitant mettre l'accent sur la communication scientifique et technique.[...]. Dans les différents contextes intéressés par ce type d'objectif, le français instrumental recouvre essentiellement l'enseignement de la lecture de textes de spécialités.* » (Lehmann ⁽⁹⁾). D'après cet auteur, le français instrumental est une ancienne appellation débutée en Amérique Latine. C'est un enseignement qui insiste sur la communication scientifique et technique et reprend surtout l'enseignement de la lecture de textes de spécialités.

2-2- Le français fonctionnel

Il s'agit d' : « *une appellation ancienne (utilisée à partir de 1975) qui marque surtout la rupture avec une approche lexicale et grammaticale de l'enseignement du français, décliné en diverses langues de spécialités. Le français fonctionnel correspond à un choix, celui de privilégier des formations sur mesure, centrées sur les besoins des apprenants. Mais aujourd'hui, l'appellation est vieillie et peu usitée.* ». Selon Mourlhon-Dallies ⁽¹⁰⁾ professeur d'université, le français fonctionnel ne concerne en aucun cas l'enseignement du lexique et de la grammaire du français car il possède ses propres spécificités puisqu'il favorise des formations spécifiques selon des critères bien précis en un temps très limité, lesquelles sont basées uniquement sur les besoins des apprenants. Cependant, c'est une vieille appellation.

2-3-Le français de spécialité

Parmi les multiples définitions données au français langue de spécialité, celle de Gallisson et Coste ⁽¹¹⁾: « *Expression générique pour désigner les langues utilisées dans des situations de communication (orales ou écrites) qui impliquent la transmission d'une information relevant d'un champ d'expérience particulier* » Ces linguistes définissent le français de spécialité comme étant un ensemble de langues utilisées pour transmettre oralement ou par écrit une information liée à un domaine d'expérience précis : Français médical, juridique, etc. Donc, il sert à diffuser un contenu spécialisé à un public spécifique. La définition de Gallisson et Coste rejoint après un nombre considérable d'années celle donnée par Dubois et ses

collaborateurs⁽¹²⁾ : « On appelle langue de spécialité un sous-système linguistique tel qu'il rassemble les spécificités linguistiques d'un domaine particulier ».

2-4- Le français professionnel : Il s'agit le plus souvent d'une demande effectuée par des organismes professionnels, voulant améliorer les compétences en français de leurs employés pour l'exercice des professions. Cette formation peut concerner aussi des étudiants en fin ou en complément de spécialisation, et aussi des migrants venus travailler en France ou dans un pays francophone. Nous distinguons deux sous-ensembles du français professionnel, à savoir :

a- Le français à visée professionnelle : Il concerne les différents domaines de travail, ce qui a permis la création d'ouvrages centrés sur la communication professionnelle. Ces ouvrages abordent tous les aspects en rapport avec la langue et la culture de la vie professionnelle à travers des situations de communication relatives au milieu de travail.

b- Le français langue professionnelle (FLP) : Il s'agit du développement de compétences partielles en compréhension et en production, appuyées sur les logiques d'exercice des professions. Il est donc implanté à tous les secteurs d'activités et des métiers. Il est important alors, de savoir lire par exemple des consignes de sécurité, le courrier reçu et réussir une communication par internet.

3-Le français général et français sur objectifs spécifiques :

Si le Français sur objectifs spécifiques (FOS) et le Français général s'opposent en termes de publics et d'objectifs de formation, cela signifie qu'il existe des différences considérables dans la construction des programmes. Néanmoins, nous décelons des points communs entre ces deux notions. Afin de présenter les points communs ainsi que les divergences, nous nous sommes appuyés sur les travaux menés en 2016 par Matondo Kiese, enseignant coordinateur-adjoint de la Commission scientifique du *Mestrado* (Master2) de Didactique du FLE de l'Institut de Pédagogie Appliquée ISCED-Luanda, Angola.

3-1-Points communs

- Un enseignement fondé sur les besoins de communication des apprenants :

L'enseignement du FLE s'est créé dans le souci d'amener les apprenants à utiliser la langue dans les différentes situations de la vie quotidienne. Donc, les méthodes généralistes permettent aux apprenants non francophones résidant temporairement ou en permanence en France de s'adapter à ces situations comme par exemple pour : la recherche d'emploi, de logement, le suivi des études, une visite médicale,...etc. Le caractère global du public visé exige un balayage large de cette vie quotidienne et des comportements langagiers des locuteurs. C'est le même principe qui détermine la démarche du FOS et qui sous-tend l'étape d'analyse des besoins.

-Le développement, au-delà d'une compétence linguistique, d'une compétence de communication :

Le principe fondamental de la Didactique du FLE est de mettre la compétence linguistique en relation avec les paramètres de la communication, lieu, profil des locuteurs, relations interpersonnelles, enjeu des échanges oraux ou écrits, etc. d'où nous obtiendrons une diversification des locuteurs et des situations. Le FOS opère de la même façon en construisant son matériel d'enseignement autour des situations de communication orale ou écrite propres au champ étudié, ce qui le conduit à traiter les faits linguistiques en fonction des besoins de ces situations.

-La prise en compte de la dimension culturelle.

Présentées en français général sur divers plans, à travers les variétés sociologiques des locuteurs, les questions de société abordées dans les documents et les discussions, etc., la préoccupation interculturelle est aussi présentée en FOS dans la mesure où la plupart de ces programmes visent à intégrer, à court terme, les apprenants dans un environnement français ou francophone déterminé.

-Le traitement de la langue par aptitudes langagières.

L'oral et l'écrit, sont deux moyens de communication de première importance ; cependant aux premiers niveaux, le français général met en exergue, l'apprentissage de l'oral, du fait de la priorité accordée aux situations de vie quotidienne dans un environnement francophone. Quant à l'écrit, il intervient en fonction des besoins liés aux situations choisies ; écrits fonctionnels de la vie quotidienne, courrier, presse, etc. De la même manière, le FOS privilégie délibérément certaines aptitudes en fonction des objectifs prioritaires et des contraintes temporelles.

3-2-Points divergents

Par rapport à l'analyse des besoins, la différence entre français général et français sur objectifs spécifiques porte sur deux points :

1. Le déplacement vers les champs professionnels ou académiques, non traités par le FLE ;
2. Une délimitation plus stricte des besoins d'apprentissage et un alignement très explicite du programme de formation sur ces besoins.

Dans le dessein d'identifier les raisons de ces difficultés afin de proposer des pistes didactiques de prise en charge, permettant à ces fonctionnaires d'améliorer leur compétence linguistique en français pour réaliser aisément les tâches rédactionnelles, nous avons jugé utile de mener cette recherche dans le but de connaître les raisons des difficultés des agents de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf à rédiger une correspondance en français, en dépit de leur possession de diplômes universitaires. Suite à diverses lectures, nous avons anticipé une réponse provisoire pour traiter notre problématique et essayer de répondre à la question posée ; nous avons supposé que le manque de formation en français sur objectif spécifique est la principale cause des difficultés rédactionnelles éprouvées par ces employés. Afin d'atteindre nos objectifs et vérifier l'hypothèse formulée précédemment, nous avons mené une enquête à travers un entretien adressé aux sous directeurs de la direction de l'unité postale.

Les activités au sein d'Algérie Poste sont nombreuses et variées et nous allons les détailler dans le tableau ci-dessous :

Sous-directions	Tâches
Comptabilité et Budget.	▪ Rédaction en langue française des différents écrits concernant la comptabilité, le budget et le transfert de crédit.
Moyens généraux et ressources humaines.	▪ Suivi des situations juridiques du patrimoine. ▪ Gestion des Achats, du parc roulant, des stocks ▪ Rédaction en langue française des multiples correspondances (mutation, horaires de travail, décisions, situations d'effectifs, demande d'autorisation pour construction, extension ou réhabilitation des bureaux de poste,...etc.)
Exploitation des services postaux, financiers et produits de diversification.	▪ Assurer l'animation commerciale du réseau postal. ▪ Elaboration de différents écrits administratifs en français (Réponses de réclamations de clients, notes services, notes d'instructions, modes opératoires des applicatifs postaux, ...etc.). ▪ Rédaction des correspondances commerciales en français pour les clients conventionnés.
Inspection	▪ Réalisation des missions d'enquête et de contrôles avec élaboration des comptes rendus en français et en arabe. ▪ Rédaction des rapports de vérifications et d'enquêtes et leur diffusion à la hiérarchie d'Algérie poste généralement en français.
Informatique	▪ La maintenance préventive et curative, des équipements informatiques, guichet automatique des billets, terminal de paiement électroniques, imprimantes, ...etc. ▪ La détermination des besoins en équipements et consommables informatiques, en langue française destinés au service concerné d'Algérie poste. ▪ La configuration de nouvelles applications (toutes les applications postales sont en langue française)

	Elaboration des différentes situations et correspondances concernant le réseau, les applications, les dérangements, les équipements,...etc.) et cela en français.
--	---

Tableau: Principales activités professionnelles des responsables administratifs d'Algérie Poste.

Il en ressort de ce tableau synoptique une importante activité rédactionnelle en français au sein d'Algérie poste, ce qui justifie les thématiques de nos outils d'investigation.

4-Description du lieu de la recherche

Les Directions des Unités Postales de Wilayas sont situées au niveau du Chef-lieu de Wilaya. Leur organisation peut être en fonction de la politique d'aménagement du territoire. Elles sont dirigées par des Directeurs, chacun de ces derniers a une autorité sur l'ensemble des Bureaux de poste implantés dans le territoire géographique de la Wilaya, ainsi que sur l'ensemble des structures de la Direction et des centres spécialisés implantés dans la Wilaya.

Ces directions fonctionnent comme une organisation responsable et perfectionnée, mais avec une forte dimension commerciale. Sa priorité est la satisfaction du client, en le plaçant au centre de la démarche.

Notre enquête s'est déroulée au niveau de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El TARF (DUPW), dont le siège, sis au chef-lieu de la wilaya, se trouve à l'artère principale sur la route nationale numéro 44, à proximité de la gare routière et en face de la direction des finances.

La direction se compose des cinq sous directions que nous avons nommés dans le tableau synoptique.

5-Description des enquêtés

Nous avons réalisé une enquête avec quatre sous directeurs de l'organisme. Tous diplômés universitaires. Appartenons à des milieux urbains et ruraux. Nous tenons à signaler que lors de notre recherche, la 5ème sous-directrice, a été mise à la retraite.

6-Justification du choix des deux outils d'investigation

L'utilisation de ces deux outils d'investigation nous permet d'établir une vue plus profonde et précise sur les principales causes des difficultés rédactionnelles éprouvées par certains agents de la direction de l'unité postale de la wilaya d'EL TARF et nous facilite la proposition de pistes didactiques ; grâce aux réponses fournies par les agents et les éclaircissements donnés par les sous-directeurs, sachant que ces derniers sont quotidiennement en contact permanent avec leurs agents.

7-Objectifs de l'entretien semi-directif

Établi avec les quatre cadres supérieurs de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf, notre entretien cherche à atteindre les objectifs suivants :

- * Connaître les représentations de la langue française chez les sous directeurs.
- *Vérifier si le grade supérieur a une relation avec la maîtrise du français.
- * Vérifier si les sous-directeurs ont suivi une formation spécifique en langue française, que ce soit dans l'organisme postal ou à l'extérieur, et ont-elles été bénéfiques pour la gestion de leurs tâches.
- *Vérifier si après avoir suivi une formation spécifique en langue française, ces cadres supérieurs rencontrent encore des difficultés rédactionnelles.
- *Identifier ces difficultés si elles existent.
- * Identifier les types d'erreurs commises par les agents qui sont sous l'autorité de ces cadres supérieurs.
- *Identifier les mesures appliquées par les sous-directeurs pour corriger les erreurs des agents.
- *Identifier les suggestions proposées par les sous-directeurs contribuant à l'amélioration de la compétence linguistique en français de leurs agents.

8-Déroulement de l'enquête

Nous avons programmé notre entretien en dehors des heures de travail (entre 12h00 et 13h00) .Le 1er juin 2021, nous avons commencé le premier entretien avec le sous-directeur de l'exploitation des services postaux, financiers et produits de diversification. Il a duré 6minutes

et 22 secondes. Le 02 juin 2021, nous avons procédé au deuxième entretien avec le sous-directeur de l'inspection. Il a duré 5 minutes et 22 secondes. Le 03 juin 2021, nous avons établi un entretien avec la sous-directrice de la comptabilité et budget. Il a duré 7 minutes et 15 secondes. Le 06 juin 2021, nous avons fini par un entretien avec le sous-directeur de l'informatique. Il a duré 7 minutes et 10 secondes. Quant à l'entretien programmé avec la sous-directrice des moyens généraux et ressources humaines, il a été annulé car la dame est sortie en retraite. Nous tenons à préciser que les entretiens ont été réalisés via un Smartphone.

9-Présentation de l'entretien semi-directif

L'entretien est un outil d'investigation plus dynamique que le questionnaire dans la mesure où le face à face nous permet d'élaborer de nouvelles questions à partir des réponses instantanées. Cet entretien comprend seize questions dont la plupart sont ouvertes, et cela pour recueillir assez d'informations utiles pour une analyse qualitative. Par ailleurs, nous avons opté pour une convention de transcription allégée répondant à nos intérêts de recherche, nos besoins et à nos objectifs fixés au préalable. Cette convention est celle de Vion (1992). Nous l'avons choisie pour faciliter la lecture du travail.

Lors de notre recherche, nous avons mené des entretiens avec les sous-directeurs de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf, afin d'identifier d'autres détails en rapport avec le problème détecté par les agents en matière de rédaction des correspondances en langue française, et aussi pour comparer leurs réponses avec celles de leurs collaborateurs de services.

1^{er} entretien

Le premier entretien est établi le 1^{er} juin 2021 à 12h30 avec le sous-directeur de l'exploitation des services postaux, financiers et produits de diversification qui a été à la fois compréhensif et accueillant. Cet entretien a duré six minutes et vingt-deux secondes, sachant que l'échange d'informations était uniquement en langue française.

Ce cadre supérieur est de sexe masculin, âgé de 43 ans, titulaire d'un diplôme universitaire en langue arabe en science économique option finance, et dispose d'une ancienneté de 16 ans au sein de cette institution y compris les 04 années en tant que sous-directeur.

La langue française représente pour lui une langue de communication, de modernité et de civilisation, il ajoute qu'elle est la cinquième langue la plus parlée et enseignée comme langue étrangère dans le monde. Par ailleurs, il estime qu'il a un bon niveau en français puisqu'il a reçu une formation spécifique en langue française au début de sa carrière professionnelle à Algérie poste. Etant convaincu de l'importance de cette langue dans la majorité des tâches de cette institution, il s'est inscrit avec ses propres moyens au Centre Culturel Français d'Annaba, pour acquérir et développer sa compétence linguistique dans ladite langue. Il dévoile qu'il était très satisfait du résultat de la formation car il a constaté une nette amélioration dans son niveau de maîtrise du français.

De plus, ce cadre supérieur exerce plusieurs tâches administratives, entre autres : la mise en œuvre de la politique commerciale de la division monétique et des services financiers postaux, le suivi et la mise en œuvre de la stratégie marketing élaborée pour les produits de la division monétique, l'application des instructions et des procédures, la diffusion des supports d'information destinés à la clientèle,...etc. Il reçoit par conséquent de multiples correspondances transmises par plusieurs émetteurs, tels que la hiérarchie, les autres directions postales, les organismes privés et étatiques, la clientèle d'Algérie poste à titre de réclamation, etc. La plupart de ces correspondances lui parviennent soit directement en tant que premier responsable de la sous-direction, soit à ses collaborateurs, chacun en ce qui le concerne. Il déclare qu'il ne trouve aucune difficulté pour répondre à une correspondance en langue française « *non, non, pas du tout !* », par contre il détecte désormais des erreurs de type d'orthographe, vocabulaire et conjugaison dans les correspondances rédigées par ses agents, et qui lui sont présentées pour avis et vérification. Pour traiter ces erreurs, il préfère rectifier lui-même mais en attirant leur attention et en les invitant à prendre toujours notes des remarques reçues. « *Presque toutes les correspondances rédigées par mes agents et qui me*

sont présentées pour avis et vérification comportent toujours des erreurs, et je cite à titre d'exemple, les fautes orthographiques, vocabulaires et conjugaison. Pour y remédier, je dois les rectifier et attirer l'attention de mes collaborateurs de service, afin que ces erreurs ne se reproduisent à l'avenir en les invitant à prendre note. »

Concernant les formations spécifiques organisées par l'organisme lui-même, ce sous-directeur a bénéficié en 2006 d'une formation programmée par la direction des ressources humaines d'Algérie poste et qui a eu lieu à l'école nationale de l'administration d'Alger, ayant pour thème « les techniques de rédaction des correspondances administratives en langue française ». Toutes ses formations lui ont permis d'améliorer ses écrits administratifs, surtout que sa sous-direction traite quotidiennement les différents types de correspondances. Néanmoins, ses collaborateurs de service n'ont bénéficié d'aucune formation concernant la rédaction des correspondances administratives en langue française ; raison pour laquelle il souhaite que son organisme employeur organise de telles formations au profit des agents qui rencontrent des problèmes rédactionnels en français afin d'améliorer leur compétence linguistique « je souhaite que mon organisme organise des formations spécifiques en langue française dans le but d'améliorer le niveau en français de mes agents ».

2^e entretien

Le deuxième entretien est conduit le 02 juin 2021 à 12h30 avec le sous-directeur de l'inspection qui a été aussi compréhensif et attentif, bien qu'il fut lui aussi occupé par la préparation de son mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention d'un diplôme de master 2 en droit des affaires. Cet entretien a duré cinq minutes et deux secondes, sachant que les questions ont été posées en français mais les réponses étaient en arabe car il trouve des difficultés à s'exprimer en français.

Ce cadre supérieur est de sexe masculin, âgé de 46 ans, titulaire d'un Certificat d'Aptitude à la Profession d'Avocat (CAPA) et d'une licence en droit. Il dispose d'une ancienneté de 20 ans au sein de cette institution y compris les 07 ans dans le poste de sous-directeur.

Pour lui le français, est la deuxième langue du travail après l'arabe ; cependant il reconnaît qu'il possède un niveau moyen dans cette langue, car non seulement ses études en droit étaient en langue arabe mais aussi il n'a reçu aucune formation spécifique en langue française, ni lors de sa formation universitaire ni avant son recrutement au sein de cet organisme. Bien qu'il avait une idée sur l'importance de cette langue à Algérie poste mais à cause du facteur temps et d'autres préoccupations il n'a pas pu s'inscrire dans un centre intensif d'enseignement du français, ou autre établissement pour améliorer sa compétence linguistique.

Ses principales tâches professionnelles se résument à la vérification de la gestion des bureaux de la poste et la réalisation de différentes enquêtes telles que celles du détournement, mauvaise gestion,...etc. À ce titre, il reçoit des notes de services, des réclamations, des instructions, des rapports de vérification et d'enquêtes menées par ses collaborateurs de service. Donc, la plupart des correspondances lui sont destinées en tant que premier responsable ; après avoir identifié l'objet de ces écrits, il les communique aux vérificateurs pour traitement.

Le sous-directeur de l'inspection éprouve des difficultés rédactionnelles en langue française car il n'a pas reçu une formation comme celle de ses collègues, à cause de la pandémie de la Covid 19 « Oui, kayen des termes jded mayetmachouche maa el khedmataana ». Donc, la formation à l'école nationale de l'administration d'Alger a été reportée ultérieurement. Ses collaborateurs aussi rencontrent les mêmes difficultés, leurs écrits en français selon leur responsable immédiat contiennent de multiples erreurs « dima des erreurs ! », situation qui l'oblige à les rectifier soit en consultant l'avis d'un collègue plus habile soit en reprenant la correspondance dans son intégralité. Suite à sa réponse, nous avons inclus une autre question qui ne figure pas dans l'entretien « pourquoi ne pas les amener par eux-mêmes à procéder à la rectification ? » Il nous a répondu que cela ne mène à rien car leur niveau en français est tellement faible qu'il va perdre du temps seulement « Ah !,

mahomchrahyosslo li hajajdida, el moustawaadek houa, w zidkayenhouayej, des termes jded, w el wakt, bezafhouayej,... ». À cet effet, il souhaite qu'Algérie poste étudie ce problème de la rédaction en français et organise des formations spécifiques en ce sens « fimayakhoshad el janeb, netmana mina el mouassassatkoumbimoubadara w waayetkafelbitakwintaahom w hasb el tataouratfimayakhoselloughat ».

3^e entretien

Le troisième entretien est établi le 03 juin 2021 à 08h30 avec la sous-directrice de la comptabilité et budget, elle était très chaleureuse à l'égard de notre conversation. Cet entretien en langue française a duré quatre minutes et cinquante et une secondes.

Cette sous-directrice est de sexe féminin, âgée de 51 ans, a suivi des études universitaires en langue arabe, elle est donc titulaire d'une licence en sciences économiques, et dispose d'une ancienneté de 23 ans au sein de cette institution y compris les 03 ans dans le poste de sous-directrice.

Pour elle, la langue française est une langue internationale, elle est importante et nécessaire notamment dans le domaine professionnel. Elle avoue que bien qu'elle n'a pas eu la chance de suivre une formation, ni en ligne ni dans un centre intensif de français au début de sa carrière professionnelle à Algérie poste pour des raisons financières, mais elle estime qu'elle possède un bon niveau dans cette langue.

La sous-directrice savait que le français est la langue la plus utilisée dans la majorité des tâches d'Algérie poste, et ne fut pas surprise de recevoir toutes les correspondances administratives rédigées uniquement en langue française. Ces correspondances lui sont destinées en tant que première responsable de la sous-direction et quelques-unes sont adressées à ses collaborateurs de service, chacun en ce qui le concerne. Quand elle commence à traiter ces écrits en français, elle ne rencontre aucune difficulté linguistique « parfois, mais généralement non », contrairement à ses agents qui éprouvent des difficultés et ont des lacunes et dont leurs réponses contiennent généralement des erreurs. Elle explique que la majorité de ses agents sont des arabisants « *comme vous le savez, la majorité de mes agents sont des arabisants* », c'est pourquoi ils commettent de telles erreurs, et pour y remédier, elle préfère rédiger elle-même. Du coup, deux questions nous sont parvenues à l'esprit et qui n'étaient pas prévues dans l'entretien, « pourquoi vous procédez vous-même à la correction et à la rédaction de ces correspondances ? » elle nous a répondu honnêtement qu'elle ne veut pas perdre du temps dans la rectification des erreurs, pour cela elle préfère écrire elle-même « donc c'est moi-même qui réponds aux correspondances et ça pour gagner du temps, je préfère rédiger moi-même ». Nous avons ajouté « vous craignez alors qu'ils ne réussissent pas à rédiger convenablement leurs écrits ? » elle nous a affirmé cette crainte en répondant explicitement par l'affirmation « Oui ».

Par ailleurs, comme tous les sous-directeurs de cette entreprise, elle a bénéficié en 2018 d'une formation programmée par la direction des ressources humaines d'Algérie poste à l'École Nationale de l'Administration d'Alger ayant pour thème « les techniques de rédaction des correspondances administratives en langue française » où elle a acquis de nouvelles ressources lexicales lesquelles ressources sont investies dans ses multiples correspondances. En ce qui concerne ses collaborateurs de service, elle regrette qu'ils n'aient pas reçu de pareille formation ; pour cela elle suggère plusieurs cycles de formations spécifiques en langue française pour remédier à ces difficultés rédactionnelles « *je suggère plusieurs cycles de formations pour remédier ce problème ou bien ce phénomène* ».

4^e entretien

Le quatrième entretien est établi le 06 juin 2021 à 12h45 avec le sous-directeur de l'informatique qui a été très compréhensif. Cet entretien a duré quatre minutes et vingt secondes, les questions ont été posées en français et les réponses ont été fournies dans les deux langues.

Ce cadre supérieur est de sexe masculin, âgé de 47 ans, il a fait ses études universitaires en langue française, il est un ingénieur d'état en électronique, et dispose d'une ancienneté de 16 ans au sein de cette institution y compris les 04 ans dans le poste de sous-directeur.

La langue française représente pour lui la langue du travail et de la communication ; par ailleurs, il estime qu'il a un bon niveau en français car malgré l'impossibilité de s'inscrire dans un centre intensif ou un autre établissement à cause du facteur temps, il a souvent recours à la lecture de la documentation : il possède la série de NATHAN qui englobe l'orthographe, le vocabulaire et la conjugaison. De plus, il consulte de temps à autre des sites sur Internet pour apprendre le français. Il est convaincu qu'il doit apprendre le français car il représente la langue la plus utilisée dans les tâches d'Algérie poste.

Ses principales tâches sont plutôt techniques nécessitant des interventions sur le lieu, nous pouvons citer entre-autres : installation et configuration des différents équipements informatiques, installation et mise à jour des diverses applications postales, maintenance et réparation du matériel informatique...etc. Cela n'empêche qu'il reçoit divers documents (des notes de service, d'instructions, des canevas de renseignement, des procédures et des manuels d'utilisation, des demandes d'interventions, des demandes d'informations et d'éclaircissement ...etc.) qu'il procède lui-même à leur traitement, sauf en cas de déplacement, il confie cette tâche à ses agents, qui généralement ne commettent pas beaucoup d'erreurs. Par ailleurs, il n'a reçu aucune formation à Algérie poste identique à celle de ses collègues, et c'est le même cas pour ses collaborateurs de service. À cet effet, il suggère des formations spécifiques en langue française le plus tôt possible.

Conclusion

Les deux outils d'investigation adoptés dans cette recherche scientifique en l'occurrence, le questionnaire administré aux agents et dont les résultats ont été publiés dans un précédent article et l'entretien effectué avec les sous directeurs nous ont permis de recueillir des données assez pertinentes lesquelles nous ont servies pour répondre à notre question de recherche fixée au départ à savoir « Quelles peuvent être les raisons des difficultés des agents de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf à rédiger une correspondance en français, en dépit de leur possession de diplômes universitaires ? ».

Au début, nous avons émis une hypothèse qui vise à donner une réponse provisoire à la question de recherche « les agents de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf rencontrent de telles difficultés car ils n'ont pas reçu de formations en français sur objectif spécifique les aidant à mener convenablement leurs tâches professionnelles ».

En comparant certaines réponses de ces cadres supérieurs avec celles des agents avec qui nous avons réalisé une enquête en parallèle, nous constatons qu'elles sont presque identiques. Les personnes qui ont suivi des études en langue arabe et n'ont pas reçu des formations spécifiques en langue française éprouvent tous des difficultés rédactionnelles dans ladite langue. Nous remarquons ainsi que les sous-directeurs qui ont bénéficié de la formation sur les techniques de la rédaction des correspondances administratives en français, en l'occurrence le sous-directeur de l'exploitation des services postaux, financiers et des produits de diversification et la sous-directrice de la comptabilité et de budget possèdent un bon niveau en français et ne rencontrent aucune difficulté ; tel est le cas du sous-directeur de l'informatique qui même en l'absence d'une formation spécifique, il a développé un bon niveau grâce à la documentation consultée en français .

Le fait marquant de ces entretiens est que tous les sous-directeurs choisissent non seulement de rédiger eux-mêmes les différentes correspondances mais aussi de rectifier toutes les erreurs commises par leurs collaborateurs de services. Pour eux, ils gagnent beaucoup de temps grâce à cette méthode car ils sont convaincus que le niveau en français de leurs agents est insuffisant pour répondre aux exigences du travail en raison notamment de leur formation de base en langue arabe.

Toutefois, tous les sous-directeurs souhaitent qu'Algérie poste organise des formations spécifiques en langue française afin d'améliorer les compétences linguistiques des fonctionnaires qui rencontrent des problèmes rédactionnels dans ladite langue.

Annexe

Guide d'entretien à l'intention des sous-directeurs de la direction de l'unité postale de la wilaya d'El Tarf

Entretien n° :

Date et heure :

Lieu :

Bonjour cher collègue,

Dans le cadre d'une recherche scientifique pour l'obtention d'un master 2 en langue française ; dont le sujet est l'analyse des difficultés rencontrées par les agents de la Direction de l'unité postale de la wilaya d'EL TARF lors de la rédaction des correspondances en langue française et la proposition de pistes didactiques de prise en charge, nous avons l'honneur de nous entretenir avec vous, en tant que cadre supérieur de cet organisme, en vous remerciant vivement pour votre collaboration à la réussite de ladite recherche :

Quel est votre grade dans cette institution ?

Sans être indiscrete, quel est votre âge : ans

Diplômes obtenus :

Ancienneté au sein de l'organismeans Ancienneté dans le poste : Ans

1. En quelle langue avez-vous fait vos études ?

.....

2. Que représente pour vous la langue française ?

.....

3. Pouvez-vous situer votre compétence linguistique en langue française ?

- Excellent niveau

☐

- Bon niveau

☐

- Niveau moyen

☐

- Niveau insuffisant pour répondre aux exigences du travail.

☐

4. Au début, ou avant votre recrutement au sein de cet organisme, avez- vous eu le désir de vous inscrire dans un centre d'enseignement intensif de français, ou autre établissement pour améliorer votre compétence linguistique ?

- Oui

☐

- Non

☐

5 - L'avez-vous fait ?

- Oui

☐

Que pensez-vous du résultat de cette formation ?.....

.....

- Non

☐

Pourquoi ?

.....

6. Suivez-vous une formation en ligne pour améliorer votre niveau en langue française ?

- Oui

☐

- Non

☐

7. Avant votre recrutement, saviez- vous que la langue française est omniprésente dans la majorité des tâches d'Algérie poste ?

- Oui

☐

- Non

☐

8. Quelles sont vos principales tâches professionnelles ?

.....

9. Quel type de correspondances recevez-vous en tant que sous-directeur ?

.....

.....

10. Est-ce qu'elles vous sont toutes destinées ou vous les adressez à vos agents ?

.....

11. Trouvez-vous des difficultés pour répondre à une correspondance en français ?

- Oui ☐ - Non ☐ - Parfois ☐

- Si oui ou parfois en quoi résident ces difficultés ?

.....

12. Trouvez-vous des erreurs dans les correspondances rédigées par vos agents ?

- Oui ☐ - Non ☐ -Parfois ☐

- Si oui que faites-vous pour y remédier ?

.....

13. Avez reçu une formation à Algérie Poste concernant la rédaction des correspondances administratives en langue française ?

- Oui ☐ - Non ☐

14. Est-ce que cette formation vous a été bénéfique pour mieux gérer votre tâche, notamment la rédaction des correspondances en langue française ?

- Oui ☐ - Non ☐

- Comment ?

.....

15. Et vos agents ; ont-ils reçu une formation pareille à la vôtre ?

- Oui ☐ - Non ☐

16. Quelles sont vos suggestions pour remédier aux difficultés rencontrées par vos agents lors de la rédaction des correspondances en langue française ?

.....

.....

Je vous renouvelle mes vifs remerciements pour votre collaboration

Références bibliographiques

1- Grandguillaume, G, (1983), Arabisation et politique linguistique au Maghreb, Paris, Maisonneuve et Larose.

2-Sebaa, R. 2002. L'Algérie et la langue française, l'altérité partagée, Oran, Edition Dar el Gharb, 138 p.

3-Belletrache, H. (2009). *L'usage de la langue française en Algérie, cas d'étude : le secteur bancaire*. In Synergies Algérie, n°8.

4-Taleb Ibrahim, K. (1994). *Les Algériens et leur(s) langue(s). Éléments pour une approche sociolinguistique de la société algérienne* (p. 420). Alger, Dar El Hikma.

5-Belletrache, H. (2009). *L'usage de la langue française en Algérie, cas d'étude : le secteur bancaire*. In Synergies Algérie, n°8.

6-Gahmia, A. (2015) : « *Le français dans l'administration algérienne contemporaine : réalité et usage* » Thèse de doctorat, Université de Souk Ahras.

7-Cuq, J.P. (2003). Dictionnaire de didactique du français langue étrangère et seconde, Clé International. Paris.

8- Mangiante, J-M. & Parpette, C.(2004). *Le français sur objectif spécifique*. Paris, Hachette-FLE, collection F.

9- Lehmann, D. (1998). *Objectifs spécifiques en langue étrangère*, Paris. Hachette.

10-Mourlhon-Dallies, F. (2006). *Apprentissage du français en contexte professionnel : état de la recherche*. In Apprendre le français dans un contexte professionnel. Actes de rencontres de la Délégation Générale de la Langue Française (DGLF) Paris.

11-Galissou, R. & Coste, D. (1976.) *Dictionnaire de didactique des langues*, Paris, Hachette.

12-Dubois, J., Giacono, M., Guespin, L.Marcellesi, Marcellesi, C, B. &Mevel, J.P. (2001). *Paroles au travail*. Dictionnaire de Linguistique. Broché2 3 Boutet, J. (1995).Paris.

Pratiques linguistiques et pratiques glottopolitiques de la presse francophone indépendante

Sarra Fatima ABBACI⁽¹⁾ Rabea BENAMAR⁽²⁾

1- Université de Tlemcen, Faculté des lettres et langues, département de Français, DYLANDIMED, sarrafatima.abbaci@univ-tlemcen.dz

2- Université de Tlemcen, Faculté des lettres et langues, département de Français, DYLANDIMED, rabea.bennaceur@univ-tlemcen.dz

Soumis le: 10/03/2023

Révisé le :24/05/2023

Accepté le: 12/09/2023

Résumé

Nous nous intéressons dans cette contribution aux pratiques linguistiques effectives de la presse indépendante francophone. Nous focalisons ainsi sur le rôle des médias dans la gestion de la pluralité linguistique. Il s'agit de vérifier la place réelle des langues dans les médias francophones et de discerner leurs actions glottopolitiques. L'étude qui tend à mettre en exergue les particularités linguistiques des écrits médiatiques, pose le postulat que la presse est un acteur glottopolitique qui contribue dans le jaillissement de nouvelles formes dont les traits proéminents sont l'innovation et la créativité.

Mots-clés :Pratiques linguistiques ; actions glottopolitiques ; presse francophone ; innovation ; alternance codique.

الممارسات اللغوية و الجلتوبوليتيكية للصحافة المستقلة الناطقة بالفرنسية

ملخص

نحن مهتمون بهذه المساهمة بالممارسات اللغوية الفعالة للصحافة المستقلة الناطقة بالفرنسية. ونركز على دور وسائط الإعلام في إدارة التعددية اللغوية. إنها مسألة هدفها التحقق من المكان الحقيقي للغات في وسائل الإعلام الناطقة بالفرنسية وتمييز أفعالها السياسية. تفترض الدراسة، التي تهدف إلى تسليط الضوء على الخصائص اللغوية للكتابات الإعلامية، أن الصحافة هي جهة فاعلة سياسية تساهم في ظهور أشكال جديدة تتمثل سماتها البارزة في الابتكار والإبداع. الكلمات المفتاحية: ممارسات لغوية، إجراءات غلوتوبوليتيكية، صحافة ناطقة بالفرنسية، ابتكار لغوي، تناوب لغوي.

Linguistic and glottopolitic practices of the independent francophone press

Abstract

We are interested in this contribution to the effective linguistic practices of the independent francophone press. We focus on the role of the media in managing linguistic plurality. It is a question of verifying the real place of languages in the French-language media and discerning their glottopolitic actions. The study, which aims to highlight the linguistic particularities of media writings, posits that the press is a glottopolitic actor that contributes to the emergence of new forms whose prominent features are innovation and creativity.

Keywords: Language practices; glottopolitic actions; francophone press; innovation; code-switching.

Auteur correspondant: Sarra Fatima ABBACI, sarrafatima.abbaci@univ-tlemcen.dz

Introduction:

Il importe de préciser que l'objectif assigné à cette étude n'est pas de faire une description intrinsèque des pratiques linguistiques mais de partir de ses dites pratiques pour discerner le rôle des médias dans la gestion de la diversité en place. C'est ainsi que nous considérons que les pratiques linguistiques de la presse comme des actions glottopolitiques pouvant intervenir sur les langues et leurs manifestations. Nous avançons aussi le postulat selon lequel les médias assurent la médiation, le transfert et la circulation de nouvelles formes linguistiques.

Il appert que le choix des langues dans les médias répond à des stratégies linguistiques déployées par l'instance de production dans son discours médiatique. Les choix et usages linguistiques médiatiques correspondent à un ensemble d'actions glottopolitiques dont la finalité est d'agir sur les pratiques linguistiques médiatiques et d'assurer la circulation de nouvelles lexies. C'est ce qui confère aux médias un aspect interventionniste.

Cette recherche à visée descriptive et analytique s'assigne l'objectif de rendre compte de la pluralité linguistique et de sa gestion *in vivo*⁽¹⁾ dans un contexte médiatique. C'est ainsi que nous voulons répondre aux questions qui aiguillent notre réflexion:

-Qu'est ce qui caractérise les pratiques linguistiques des médias en Algérie ?

-Quelles sont les formes émergentes de ces pratiques ? Et quelles sont les actions glottopolitiques de la presse francophone?

Nous essayons de montrer à travers la description des usages que les médias sont devenus des espaces qui prennent en charge la pluralité linguistique en réservant une place prépondérante aux langues premières qui, malléables et flexibles, se combinent au français et laissent foisonner des formes mixtes et juxtaposées.

Nous ne manquons pas d'indiquer que le trait distinctif de la presse en Algérie est la reproduction fidèle de l'hétérogénéité sociolinguistique. Conséquemment, là où les puristes légifèrent et rejettent au nom de l'unité et de la cohésion, les journalistes innovent et diffusent des lexies au nom de la diversité linguistique.

Force est de constater que la presse use d'une panoplie de langues à travers lesquelles ils témoignent d'une grande créativité linguistique. Ce qui nous conforte dans l'idée que les pratiques linguistiques médiatiques sont innovantes et reproduisent le plurilinguisme de masse tout en remodelant les formes et en les adaptant aux nouveaux besoins qu'instaure l'essor des nouvelles technologies.

Cette étude s'inscrit dans le domaine de la sociolinguistique variationniste qui s'intéresse à la question des variations linguistiques dans un contexte médiatique. La sociolinguistique variationniste nous permet de mettre en exergue les différentes formes nées du contact entre les langues. Elle s'inscrit également dans le domaine de la glottopolitique médiatique puisque l'objectif primordial est de rendre compte du rôle des médias et leurs actions dans la gestion de la diversité linguistique en Algérie.

1- Esquisse méthodologique

Notre choix porte sur les chroniques du Quotidien d'Oran et du journal Le Soir d'Algérie parues entre 2016 et 2019. Afin d'observer, de décrire et d'analyser les pratiques linguistiques médiatiques, nous avons procédé à la construction des observables extraits de la presse écrite, précisément les chroniques parues dans des quotidiens algériens et traitant de différents sujets de la vie sociale, culturelle, politique, économique, religieuse, etc. et publiés sur les sites internet dédiés à ces quotidiens.

Quantitativement, le nombre des chroniques extraites des deux médias de notre choix s'élève à 242 chroniques dont 112 sont parues dans le Quotidien d'Oran et 130 sur les pages du journal « Le Soir d'Algérie ». Le repérage des alternances codiques, que nous choisissons d'étudier, s'appuie sur les logiciels opérationnels Lexico 3 et TermosTat. Il convient de préciser que malgré leur efficacité, les deux logiciels respectifs ne prennent pas en charge la langue arabe ; ce qui

nous a conduit vers l'adoption de la méthode classique de dépouillement pour pallier à cette difficulté.

Par ailleurs, le choix des chroniques est guidé par la nature des sujets traités par les deux rubriques et de la popularité dont elles jouissent. Le traitement de sujets sociaux et le souci de fidélité à la réalité sociale permet aux journalistes de se procurer une place de personnalités privilégiées auprès du lectorat.

Il importe de souligner que Raina Raikoum est une rubrique signée par plusieurs journalistes comme Farah AHMED, Kamel GUERROUA, Hamid DAHMANI, El Yazid DIB, Mahdi BOUKHALFA, Abdelkrim ZEZOURI et bien d'autres. Chaque chroniqueur se distingue par un style d'écriture particulier. Outre son style d'écriture typique, le journaliste Rebah BELKHOUDJA Alias Hakim LAALAM, dont le surnom est le « fumeur de thé », se distingue pour son usage conclusif de l'illustre expression « *Je fume du thé et je reste éveillé, le cauchemar continue* ».

1-1- La chronique « pousse avec eux » du soir d'Algérie

La chronique « *Pousse avec eux !* » arrive à la page vingt quatre dans la version papier du journal ou sur la fenêtre directe portant le nom de la chronique sur le web. C'est une œuvre artistique du célèbre chroniqueur Hakim LAALAM. L'article se présente sous forme d'un bloc-notes composé d'un seul paragraphe et introduit par un chapeau. Le titre est écrit en caractères gras et dans les deux couleurs, noire et rouge, et en forme exclamative. L'expression « *pousse avec eux* » est calquée sur l'arabe algérien qui signifie « *Dez Maahoum* ».

1-2- La chronique Raina Raikom du Quotidien d'Oran

La chronique se trouve en troisième page du journal. Le titre qui signifie en français « *Notre opinion- Votre opinion* » est composé du mot « *Rai* » qui signifie *Opinion* et le pronom possessif en arabe « *na* » qui signifie *notre* et de *Raikom* équivalent de « *votre opinion* ». C'est une rubrique écrite avec la plume de Kamel Daoud. Ayant quitté le quotidien, le chroniqueur sera remplacé par d'autres journalistes qui poursuivent dans son style.

La rubrique est écrite au milieu de la page en deux colonnes sur la version papier. Néanmoins, le quotidien en ligne comporte un seul paragraphe.

2- Quelques considérations théoriques

C'est à Louis GUESPIN⁽²⁾ que revient le mérite d'avoir forgé le concept de glottopolitique qu'il propose de substituer à celui de politique linguistique. La théorie de Louis GUESPIN⁽³⁾ consiste en effet à remplacer la notion de politique linguistique pour appréhender la gérance des pratiques langagières plurilingues. Elle couvre ainsi les aspects micro et macrosociolinguistiques en allant des interactions quotidiennes jusqu'aux interventions sur les langues. La glottopolitique permet de prendre en charge les facteurs que la politique et aménagement linguistiques n'intègrent pas suffisamment. Elle « s'occupe de la gestion des langues et des variétés de langues en société » affirme Henri Boyer⁽⁴⁾.

La notion est employée pour désigner les différentes approches conscientes ou non conscientes que la société a de l'action sur les langues. Les actions glottopolitiques relèvent d'une volonté de régulation de la diversité linguistique. Laquelle régulation repose sur l'organisation, le contrôle et la dynamisation de l'hétérogénéité.

Par ailleurs, une action glottopolitique relève de la gestion implicite et/ou explicite des langues. Elle est mise en œuvre par des instances collectives (gouvernements, administrations, associations, etc.) ou des acteurs sociaux (familles, groupes informels, etc.). La glottopolitique couvre ainsi toutes les interventions sociales sur les faits de langage. Ce qui signifie que toute communauté linguistique a la possibilité d'intervenir sur le statut des langues et leurs formes circulantes. Cette notion, selon Louis GUESPIN et Jean Baptiste MARCELLESI⁽⁵⁾ implique la société dans la gestion des langues, ce qui connote un certain libéralisme langagier.

3- La presse, un espace de pratiques linguistiques innovantes

L'innovation est au cœur des pratiques linguistiques médiatiques. La presse laisse, de fait, resurgir des néo-langues, résultat de la combinaison de plusieurs langues. Force est de constater que le trait proéminent des pratiques linguistiques médiatiques est l'innovation et le renouvellement sociolangagier, marques de la dynamique sociolangagière incommensurable.

3-1- Les phénomènes linguistiques émergents

La politique d'arabisation, menée tambour battant en Algérie, est basée sur la politique de l'unification et de l'homogénéisation linguistique à visée panarabiste et jacobine. Force est de convenir que le panarabisme repose sur la centralisation linguistique autour d'une seule langue qui est l'arabe, la marginalisation voire la minoration des langues maternelles et l'éradication des langues étrangères, le français en l'occurrence.

Face à ces politiques centralisatrices et soustractives⁽⁶⁾, les médias ne cessent de prendre en charge la réalité sociolinguistique du terrain. L'examen des pratiques linguistiques journalistiques de la presse a montré une dynamique sociolinguistique remarquable. Ceci étant, le contact et la juxtaposition des langues laissent jaillir de nouveaux traits langagiers dont les traces proéminentes sont l'emprunt, les néologismes et l'alternance codique. Nous nous intéressons dans ces lignes à un phénomène récurrent, celui de l'alternance codique qui recèle différentes formes. Il importe de préciser que ce phénomène a attiré l'attention de plusieurs linguistes qui ont mis l'accent sur les aspects, formes et fonctions des langues alternées. Nous citons, en guise d'exemple, l'étude menée par L.DABENE et J.BILLIEZ sur les pratiques langagières des jeunes migrants. L'analyse des modes d'insertion dans les discours a permis d'identifier une typologie regroupant l'alternance codique inter-intervention, intra-intervention, segmentaire et alternance unitaire⁽⁷⁾.

Il est important de souligner que nous nous appuyons ici sur la typologie de F. LAROUSSI⁽⁸⁾ qui distingue les formes ci-après.

3-1-1- Alternance emblématique

L'alternance codique est définie par J. GUMPERZ⁽⁹⁾ comme la juxtaposition de passages appartenant à deux ou plusieurs langues. Ce phénomène se présente sous différentes formes dont les plus récurrentes sont l'alternance emblématique, l'alternance lexicale et l'alternance répétitive. L'alternance emblématique concerne l'usage des expressions idiomatiques à valeur phatique⁽¹⁰⁾. Appelée aussi alternance codique extraphrastique ou *tag switching* ; elle est constituée selon J.F Hamers et M. Blanc par « des expressions idiomatiques que le locuteur peut introduire dans son Discours. Il est à noter que l'alternance extra-phrastique ne requiert qu'une compétence très minime dans la seconde langue »⁽¹¹⁾.

Pour F. LAROUSSI⁽¹²⁾, l'alternance emblématique est marquée par l'emploi des expressions phatiques dont l'usage vise à maintenir le contact avec l'auditeur et créer une atmosphère de familiarité. Nous citons à titre illustratif les exemples portant des serments et invocations de Dieu dont le but est d'asserter un discours, d'interpeller le lecteur, garder le contact avec lui et instaurer par voie de conséquence une atmosphère de connivence. Nous reprenons en guise d'exemple quelques extraits de notre corpus :

« Certes, la baraka du ramadan n'a pas d'égale parmi les autres mois, mais il y a «**Rahmat rabbi**» qui, elle, est le propre de l'illimité, de l'éternel »⁽¹³⁾.

« (..) **L'Algérie privée de ses frigos ! Un drame national ! Une véritable «Nakba» ! Qu'est-ce que tu vas pouvoir déstocker, Allah yarhem babak** »⁽¹⁴⁾.

« (...) **Allah yerham babakoum**, qui vous a demandé de mettre le booste ? Wach bikoum vous réanimez la salle d'anesthésie ? Ça ne vous plaisait pas cette campagne électorale qui a vu pour la première fois de l'histoire du vote en Algérie l'envoi d'un fort contingent d'observateurs venus des plus grands laboratoires pharmaceutiques »⁽¹⁵⁾.

« (...) Oui, tata Louisa, qui d'autres allais-je affubler de ce sobriquet affectueux, **Allah yerham babakoum ?** »⁽¹⁶⁾.

3-1-1-1- Les expressions honorifiques

Les expressions idiomatiques se manifestent également, dans notre corpus, sous la forme de titres honorifiques qui témoignent du respect voué à une personne. Ce sont des appellatifs de l'arabe algérien qui servent dans la dénomination d'autrui comme Sidi, Lalla, Tata, etc.

« (...) Oui, **tata** Louisa »⁽¹⁷⁾.

« (...) Ya **Sidi**, tu peux être commis de l'Etat pur jus et ne pas en rajouter des couches sur ta tartine beurrée au «Bye-Bye» ! T'es viré, ça arrive à tout le monde»⁽¹⁸⁾.

Sidi est un titre honorifique utilisé comme marque de respect envers une personne. Pour A. ABBACI & S. ABBACI, le choix de l'arabe algérien dans les appellatifs « se fait dans le but de capter le destinataire, l'interpeller et l'impliquer pour le faire adhérer à son discours »⁽¹⁹⁾. Il est également utilisé dans une volonté de créer un accès limité ou privé où seuls les lecteurs algériens sont interpellés.

L'appellatif *El hadj* (au Masculin) *el Hadja* (au féminin) est souvent employé au Maghreb pour identifier une personne âgée digne de respect. Ce terme est une marque honorifique et respectueuse qui met en valeur l'allocutaire. El hadj est une expression que l'on accorde à une personne qui a visité la Mecque et qui a accompli son pèlerinage. Ce terme d'adresse s'inscrit dans une situation de communication formelle.

L'utilisation des termes honorifiques augmente le degré de respect, de politesse et de formalité. Les appellatifs **Si, lalla, Sidi ou tata** sont d'usage fréquent dans la société maghrébine. Le mot en arabe dialectal sert à désigner une femme âgée qualifiée de sainte. En langue amazighe, l'appellatif signifie « la grande sœur » ou « la sœur aînée ». Quant aux appellations honorifiques **si** ou **sidi** équivalentes de Monsieur, servent à invoquer un homme et sont souvent accompagnées par son prénom comme nous pouvons lire dans cet exemple: « **Sidi khouya** ! Dois-je, encore une fois »⁽²⁰⁾.

Ces appellatifs, qui sont des formes usuelles chez les Maghrébins, sont employés dans une situation où les partenaires de l'échange ne se connaissent pas ou lorsqu'il y a une différence d'âge ou de niveau intellectuel. Ces termes ont une valeur honorifique qui met en valeur le destinataire et cherche à estomper les barrières entre les acteurs de la communication.

Or, certains appellatifs ont une fonction péjorative et servent la politesse négative qui peut être abstentionniste et vise à amoindrir et neutraliser cette violence sociale⁽²¹⁾. Ces éléments sont utilisés pour montrer une situation de colère ou de violence. Dans notre corpus, ces mots représentent une image négative et provocatrice de l'écrit journalistique vis-à-vis de la personne indiquée.

C'est le cas de **Fakhamatouhou** (son excellence) qui est un terme d'adresse emblématique et honorifique attribué à une personne bienveillante pour la valoriser. Ce terme est né suite aux mouvements de protestation contre le cinquième mandat de l'ex-président Abdelaziz Bouteflika. Les frondeurs utilisent ce qualificatif de façon ironique pour montrer leur colère et leur désaccord envers sa nouvelle candidature. Malgré que ce terme d'adresse ait une connotation positive mais l'auteur l'utilise pour exprimer une image inférieure, négative, ironique voire humiliante comme nous pouvons lire dans ces exemples :

« Il a commencé à s'effriter quand les « lettres de **fakhamatouhou** » n'arrivaient plus à destination et le «cadre» perdait son chevalet et son piédestal⁽²²⁾ « il faut être toujours très clair et le premier à se lever pour louer le nom de «**fakhametouhou** » (Son Excellence) dans la salle pleine à craquer d'adeptes de la langue de bois »⁽²³⁾.

3-1-1-2- Les expressions votives

Notre corpus est riche en expressions votives. Les votifs sont des marqueurs identitaires qui obéissent à un discours co-construit par les locuteurs et inscrivent l'échange dans un rituel de

communication. Les expressions votives se présentent aussi sous forme de serments comme dans les exemples ci-après:

« (...) **Wallah que c'est un gros problème ! Et puis surtout** »⁽²⁴⁾.

Ou de prières « (.....) généreusement la Zakat, jeûné tout le mois de Ramadhan et même fait du rab, effectué le pèlerinage à La Mecque sept fois plutôt qu'une, en dépit de tout cela, je sais que je ne suis pas assez purifié pour prétendre accéder aux houris aux yeux noirs et avoir éternellement tout ce que mon âme désire. **Amen!** »⁽²⁵⁾.

3-1-1-3- Termes d'adresse et d'interpellation

Les termes d'adresse sont utilisés pour identifier, désigner et interpeller une personne. Pour désigner l'interlocuteur, l'auteur peut utiliser plusieurs formes (préciser le nom, le prénom, le surnom, etc.). Afin de bien définir le récepteur du message oral / écrit, les locuteurs déploient des termes d'adresse que KERBRAT ORECCHIONI définit comme : « un ensemble d'expressions dont dispose le locuteur pour désigner son allocataire »⁽²⁶⁾. Nous remarquons que les journalistes emploient plusieurs termes d'adresse en arabe algérien, soit pour lancer un appel ou pour valoriser une personne. Ils reprennent des appellatifs familiers tels qu'ils sont utilisés dans un cadre social informel. L'emploi des appellatifs dans un discours médiatique est une stratégie qui sert à capter l'interlocuteur et attirer son attention. C'est ainsi que l'auteur brise les frontières entre lui et son destinataire et cherche à établir avec lui un lien de connivence.

Cette relation mutuelle et réciproque entre eux produit une atmosphère basée sur la complicité. Ces appellatifs sont des amadours⁽²⁷⁾ qui s'intègrent dans une stratégie d'atténuation des malentendus générés par les sujets à grande polémique comme c'est le cas des langues maternelles, les malaises sociaux, etc.

« **ya** » qui sert à invoquer une personne dans l'échange, a une fonction inclusive et permet d'instaurer une situation de partage et de réciprocité.

« **ya El hadj**, on n'est pas contre le 5ème ou le 6ème »⁽²⁸⁾.

« (...) Deux siècles et demi, **ya aâmmi** Vous voyez ? »⁽²⁹⁾.

Ya aâmmi (mon oncle) est utilisé en Algérie pour marquer le respect envers une personne plus âgée. Cette appellation permet d'instaurer un lien de confiance et de proximité.

L'emploi des appellatifs dans les derniers exemples relève d'un cadre relationnel informel et portent des marques d'affection comme c'est le cas dans l'exemple suivant:

« (...) ça arrive à beaucoup de monde. Mais ne tends pas l'autre joue, **ya h'bibi !** »⁽³⁰⁾.

Outre les appellatifs, les lexèmes « **sahbi** » (mon ami), « **khouya** » (mon frère) sont employés par les jeunes pour s'identifier et marquer leur appartenance au groupe de paires. « **Sahbi** » fait partie du parler jeune qui permet à cette tranche de la société de s'identifier en adoptant un résiolecte commun aux groupes de jeunes.

« Juste un peu, comme en 2014, **sahbi !** Un chouia de 2e tour, un shoot de prolongations face aux Allemands »⁽³¹⁾.

« **Ya sahbi**, quelle organisation des deux faces de la pièce »⁽³²⁾.

Les Algériens sont attachés aux traditions ancestrales ; ils donnent une valeur à la femme qui occupe une place sociale très particulière et sacrée. Les hommes ne dévoilent pas les prénoms de leurs femmes en public. C'est pourquoi ils emploient des termes d'adresse pour les interpeller tout en restant discrets comme le montre cet extrait :

« Comment ça, y a pas le feu, **ya mekhoulouka ?** »⁽³³⁾ ou « (...) Mademoiselle ? Madame ? **Makh'louka ? Ya mraâ ?** »⁽³⁴⁾.

« Il insiste : madame « **Flana** » et monsieur « **Flen** » sont-ils là? Je veux les voir! »⁽³⁵⁾.

Les appellatifs ont une connotation péjorative et provocatrice dans quelques exemples de notre corpus. C'est le cas de **Ya bouguelb** qui représente un sarcasme employé dans une situation polémique et dont l'usage exprime une situation où le destinataire provoque son destinataire.

Ces lexies provocatrices relèvent des actes de langage menaçant pour la face (Hassan ATIFI⁽³⁶⁾) car ils s'appuient sur une dimension conflictuelle, comme il est précisé dans les exemples: « A chacun son destin, **ya bouguelb** ! Les Français accueillent leurs héros sur les Champs ! »⁽³⁷⁾.

« (...) Vive le marron-caca ! Tout va avec tout, et on s'aime tous, **yabouguelb** ! »⁽³⁸⁾.

Les vocables « **ya** » sont des outils linguistiques à fonction phatique servant dans l'interpellation du destinataire et le maintien de l'échange avec lui.

« (...) je me réveille brutalement ce matin sur cet aveu de Sellal : « L'Etat ne peut plus construire comme avant » ! Aw ? Kécekecé ? Le vent aurait tourné subitement-tout-à-coup ? Les prévisions météo auraient été faussées par un djinn pervers qui aurait soufflé dans notre dos pour nous faire trébucher ? **Yek** nous étions invulnérables, **ya khouya Abdelmalek** »⁽³⁹⁾.

« (...) Mademoiselle ? Madame ? **Makh'louka ? Ya mraâ** ? Allô, y a quelqu'un en dessous ? **Wallah** que j'en perds les règles de base de la conf' de presse »⁽⁴⁰⁾. « La sienne. Et celle de Nekkaz ! choisis **ya Aâzrayen** ! voilà où j'en suis aujourd'hui, algérien ! ? »⁽⁴¹⁾.

Nous citons, entre autres, certaines expressions idiomatiques à caractère humoristique utilisées dans le but de créer un climat ironique entre le journaliste et son lecteur. L'exemple suivant le montre : « (...) Le passe-passe, les pots-de-vin et le « **Sidi hbibi dellali** », sont devenus, hélas, des raccourcis inévitables pour le règlement rapide des affaires »⁽⁴²⁾.

3-1-1-4- Les expressions figées

Les écrits de presse sont riches également en expressions figées. Une expression figée est une suite de mots qui ne peut être modifiée et dont le sens est souvent figuré. Les expressions figées rentrent dans une optique de consolidation des énoncés journalistiques. Elles permettent d'assurer au message un ancrage dans la réalité sociale et culturelle. Nous citons les exemples repris de notre corpus :

« (...) **Ness tahou droushoum** » parce qu'ils n'ont pas pris soin de leurs dents. Les gens ricanent jusqu'à dévoiler leurs dents de sagesse jaunies par les aléas du temps, et ne réalisent pas que leurs vitrines sont désagréables à la vue. Les dents longues et solides sont un atout autour d'une table pour donner, avec plaisir, une bonne « **nehcha** » (un coup de dents) »⁽⁴³⁾.

« (...) Remarquez, faire le clown pour un amateur c'est gratuit, surtout quand on est un faible d'esprit « **Ch'tah, ch'tah ya loulou, qui dji baba n'gouloulou** » »⁽⁴⁴⁾.

« (...) Cela donne terriblement l'impression de déjà vu aux Algériens, comme cette maxime populaire de « **'hout yakoul hout** » (les gros poissons mangent les plus petits). Une triste image, hélas !, que donne notre pays, vu de l'extérieur. Et ce qui se passe au sommet de l'Etat n'est que la triste réalité dans les bas-fonds de la société algérienne, comme un encouragement à tous les excès »⁽⁴⁵⁾.

« Étonnant comment les mots ont complètement changé de signification chez nous ! Les gens d'autrefois disaient par exemple de tout homme intègre qu'il est « **moul s'fa we n'ya** » (celui qui a la pureté et la foi). « **N'ya** » est perçu par toute la communauté comme le plus sublime des éloges qu'on puisse adresser à un paysan de la campagne afin de mettre en évidence sa simplicité, rectitude morale, générosité et disponibilité pour les siens et les autres »⁽⁴⁶⁾.

« (...). Une vieille femme qui passait par là, leur lança à haute voix, un vœu dentaire: « **yâtikoum darsa ya dh'rari** ! » »⁽⁴⁷⁾.

L'usage des expressions figées s'inscrit dans une volonté d'impliquer et faire adhérer le lecteur. Elles servent encore à transmettre un fond socioculturel commun. L'emploi de courtes formules (idiomatiques ou figées) telles que « **inchalah** », « **tbarkallah** » et « **amen** » ainsi que certaines exclamations et interjections en arabe algérien « **yek** » surviennent de manière intensive dans le discours médiatique. Les formules de serment ou d'invocation de Dieu et les expressions votives ont une valeur symbolique et sont toujours considérées comme des expressions emblématiques qui ponctuent le discours en lui donnant une forme expressive.

3-1-1-5- Les proverbes

La presse écrite devient un espace libre où plusieurs expressions populaires se sont intégrées. C'est le cas des proverbes que le chroniqueur insère dans son discours pour approuver son identité culturelle et sociale ainsi que son appartenance.

Le proverbe est un court énoncé populaire qui reflète une partie du patrimoine culturel oral d'une société. Il représente ainsi un héritage culturel transmis par les différentes générations. Pour D.MAINGUENAU⁽⁴⁸⁾ « Le proverbe est une assertion sur la manière dont va le monde, il dit le vrai ».

Nous reprenons quelques exemples de proverbes : «L'Algérien l'a toujours été hélas, l'a vécu et l'a même revendiqué contre lui-même, contre les autres, contre la société. Ne soutient-il pas, somme toute, que *«el khobz we'lema, rassi fes'sma»* ⁽⁴⁹⁾.

(..) Chez les ratés, quand on loupe sa vocation, on fait le pitre pour créer une ambiance du rire. *«Dir rohok bahloul, techbâ k'soul»* ⁽⁵⁰⁾.

Les proverbes deviennent une technique rédactionnelle que les journalistes utilisent pour donner une couleur esthétique à la langue ; c'est une des principales composantes stylistiques de la phraséologie qui embellie le texte et rend l'événement rapporté plus impressionnant.

Le recours aux expressions idiomatiques dans la presse écrite enrichit le vocabulaire journalistique et donne une valeur sémantique à l'énoncé afin que les lecteurs perçoivent l'information d'une manière facile et concise. A. ABBACI⁽⁵¹⁾ affirme que les expressions idiomatiques prennent en charge la mémoire collective partagée entre le producteur et l'interlocuteur car ce sont des éléments détachables et ont un ancrage sociologique et ethnographique. Le proverbe est employé comme un argument d'autorité et participe à l'affermissement de la communication.

Les textes journalistiques n'ont pas uniquement pour but d'informer et convaincre l'interlocuteur mais visent à créer une atmosphère de connivence et de réciprocité entre les deux instances. C'est pour cette raison que les producteurs choisissent les mots adéquats pour émouvoir, impressionner et produire des effets particuliers chez le récepteur.

Antonella Capra⁽⁵²⁾ atteste que les tournures idiomatiques naissent d'une culture commune. C'est l'expression d'un savoir universel. Les proverbes sortent directement de la *voix du peuple*. En les utilisant, le locuteur est conscient du fait qu'il n'est pas créateur de ces énoncés. De plus, il se rend compte que son interlocuteur possède les mêmes connaissances et qu'il saura reconnaître l'énoncé figé. Ce qu'il veut prouver donc, ce n'est pas sa capacité de bien parler, mais plutôt de bien savoir: savoir qu'il y a une sagesse populaire, une connaissance partagée avec ses destinataires qui lui permet de communiquer sa pensée et convaincre autrui.

Pour G. Greciano⁽⁵³⁾, l'usage des expressions idiomatiques, des clichés et des proverbes s'inscrit dans une stratégie communicative persuasive qui vise à attirer l'attention de l'interlocuteur. Il précise dans ce sens que « L'emploi idiomatique est alors centré sur le destinataire. À travers l'idiotisme, le locuteur veut susciter son adhésion ; il essaie de lui imposer son propre jugement, de le convaincre de ses affirmations et réfutations personnelles sans autre justification objective ».

De plus, le discours populaire repose sur des stéréotypes linguistiques reconnus et partagés dans la société. Il s'agit d'une pensée traditionnelle courante qui vise non seulement d'exprimer l'idée du journaliste mais de faire adhérer l'autre dans le discours. L'emploi récurrent de ces figures de style correspond à plusieurs stratégies communicatives qui mettent en valeur le journaliste par rapport à son récit et son interlocuteur.

3-2- Alternance répétitive

Il s'agit d'alterner un même énoncé dans deux ou plusieurs langues différentes. C'est la situation où l'on fait recours à la traduction comme stratégie de renforcement de la communication en s'adaptant aux exigences de l'échange⁽⁵⁴⁾. C'est souvent une stratégie de

simplification ou de renforcement du message comme nous pouvons le remarquer dans les passages « (...) Sérieux ! Ça fait un bail que je me dis, moi aussi, comme ça, et dans ma langue maternelle, nationale et officielle : Dhayan ! **Basta** ! Khlass ! Y'en a marre de broyer du noir ! Que du noir ! A quoi bon passer sa vie à ajouter le cirage des mots à l'ébène des maux ? » ⁽⁵⁵⁾.

Le journaliste use de trois langues pour signifier une même expression « ça suffit ». Il fait ainsi appel au Kabyle « Dhayan » puis passe à sa traduction en espagnol « Basta » et « khlas » en arabe algérien. Le recours à la répétition d'un même énoncé dans différentes langues se veut une stratégie de renforcement du message pour en assurer une large accessibilité. Répéter un message dans deux ou plusieurs langues vise sa simplification et se donne l'objectif de remédier à l'incompétence, l'insécurité et déficit linguistiques du lectorat.

3-3- Alternance lexicale

Elle concerne l'intégration d'unités linguistiques, appartenant à deux langues différentes, dans un même énoncé. Nous retrouvons souvent certains termes qui font recours à des référents spécifiques relatifs à des réalités culturelles et religieuses employées toujours en darija. Il s'agit souvent de référents culturels, sociaux, religieux et bien d'autres comme « Ramadan, Aïd, etc. » ; « Serait-ce un **Aïd el-Fitr**, le premier, que les foyers algériens célèbrent réellement sous le sceau de l'austérité ? » ⁽⁵⁶⁾.

« (...) on tombe sur deux autres rendez-vous qui nécessitent plus de dépenses, la rentrée scolaire et l'**Aïd el-Adha**. » ⁽⁵⁷⁾.

« (...) Cela aurait bien arrangé les intérêts de ces gens-là qui ont fourré partout des liasses de billets et se sont adonnés avec délectation à «la zerda de la rente» ! Et puis, au fellah de s'exclamer, le regard maintenant hagard et l'air révolté : «Comment demande-t-on alors aux éleveurs du cheptel et aux maquignons de baisser les prix des moutons pour cette fête de l'**Aïd El-Kébir** ? » ⁽⁵⁸⁾.

« La manœuvre politique est plutôt habile. Au lieu de révéler le fond de sa pensée (les jeux de hasard sont **haram**) » ⁽⁵⁹⁾.

La lexie « **Halal** » n'est pas le signe d'une carence ou d'un déficit linguistique mais le chroniqueur la préfère car elle a une connotation et une charge sémantique plus représentative que son équivalente en français: « (...) Ils se restaurent gratuitement. Si on ne leur court pas après pour qu'ils viennent manger à l'heure du f'tour » ⁽⁶⁰⁾.

«**Nakba**» dans l'exemple: « (...) L'Algérie privée de ses frigos ! Un drame national ! Une véritable «**Nakba**» ! Qu'est-ce que tu vas pouvoir déstocker, Allah yarhem babak » ⁽⁶¹⁾.

Nakba a également son équivalent en français mais le journaliste préfère utiliser le mot en arabe car il représente une réalité plus rude et a une connotation sémantique plus représentative de la réalité.

4-Les médias, des acteurs glottopolitiques

Les médias représentent un espace de transmission et de diffusion des informations. Dans sa médiatisation événementielle, l'instance de production use d'un répertoire linguistique riche en lexies qui donnent aux langues médiatiques de nouvelles formes ; empreintes de l'innovation et du renouvellement linguistique.

Conscients de l'assise plurilingue de l'Algérie, les journalistes explicitent leur engagement dans la reconnaissance des paradigmes socioculturels et sociolinguistiques de la société algérienne. L'usage des langues premières revêt une perception positive de la pluralité en place. Les écrits journalistiques ne restent pas insensibles devant la réalité plurielle de leur société mais tendent plutôt à inscrire leurs écrits dans une perspective de défense et illustration du plurilinguisme social additif (cf. ABBACI, 2012⁽⁶²⁾, 2014⁽⁶³⁾, 2015⁽⁶⁴⁾, 2019⁽⁶⁵⁾). Selon l'auteure, les langues en Algérie s'additionnent et cohabitent pour expliciter le plurilinguisme dans toutes ses formes et ses couleurs. En effet, devant le désir de centralisation linguistique « les pratiques langagières présentes dans la presse francophone témoignent de la prise en charge de la pluralité

et laissent s'instaurer un plurilinguisme additif où toutes les langues se fondent les unes dans les autres »⁽⁶⁶⁾.

L'action glottopolitique majeure des médias montre clairement un engagement et une implication des journalistes dans le processus de reconnaissance des langues et de la diversité linguistique. Les écrits journalistiques cherchent à agir et intervenir sur les pratiques linguistiques en les modifiant.

Outre cet engagement interventionniste, le désir de partage et d'inscription des chroniques en conformité avec la réalité du terrain favorise le métissage linguistique. Les journalistes, ces acteurs glottopolitiques, gèrent les langues et adoptent des stratégies linguistiques à fondements glottopolitiques qui explicitent leurs rapports aux langues et le rapport qu'ont les langues entre elles.

Conclusion:

Nous convenons, au terme de cette contribution, que les pratiques linguistiques analysées sont représentatives d'une action et d'un engagement interventionniste des médias qui deviennent des acteurs glottopolitiques actifs dans la circulation et diffusion de la pluralité sociolinguistique dans toutes ses facettes. L'usage que font les journalistes des langues permet de redynamiser les normes circulantes longuement minorées, l'arabe algérien en l'occurrence.

Les médias prennent le relais des institutions et s'engagent dans un processus de promotion et revitalisation des langues. L'action glottopolitique princeps des médias vise de fait une redynamisation sociolangagière.

En définitive, la description des pratiques linguistiques ne s'est pas faite pour l'objet de la description, en elle-même et pour elle-même, mais cherchait à montrer que les médias ont un rôle efficient et non négligeable dans la promotion du plurilinguisme. La presse devient un laboratoire de langues qui se heurte au purisme étatique et transgresse, par voie de conséquence, le schéma diglossique classique pour laisser parler la spontanéité dans toutes ses formes.

Le pouvoir des médias sur la société est indéniable ; ce qui corrobore l'idée que les usages et pratiques linguistiques servent grandement le processus de codification et standardisation des langues. C'est pourquoi nous estimons que les médias en général et la presse en particulier devraient s'impliquer activement, en se débarrassant de toute considération subjective ou affective, dans le projet de promotion, revitalisation et dynamisation équitable des langues qui composent l'identité algérienne.

À travers l'examen des pratiques linguistiques, nous confirmons qu'une reconsidération des langues premières s'avère primordiale dans une période où le plurilinguisme/pluriculturalisme en est la norme.

Il est donc temps, compte tenu des particularités des pratiques linguistiques médiatiques, de passer à une politique linguistique qui prend en charge les actions glottopolitiques dont l'objectif ultime est la promotion et la réhabilitation des langues premières. Cette politique linguistique doit tenir compte également de l'hétérogénéité et du libéralisme linguistiques en place. Toutes les langues doivent en effet être considérées comme additionnelles voire partenaires et doivent se compléter en harmonie loin de tout conflit diglossique.

Références :

- 1- Louis Jean Calvet qualifie d'action *in vivo* toute action linguistique qui procède des pratiques sociales spontanées et inconscientes, dans J.L. Calvet (1997), Les politiques linguistiques, PUF.
- 2-Guespin Louis & Marcellesi Jean Baptiste, Pour la glottopolitique, Paris, Langages numéro 83, 1986, p15.
- 3-Guespin Louis, Introduction. Matériaux pour une glottopolitique, Cahiers de linguistique sociale, Mont Saint Aignan, Presses de l'Université de Rouen, France, numéro7, 1985, p7.
- 4- Boyer Henri, Les politiques linguistiques, in Mots, Les langages du politique, France, Numéro 94, 2010, p55.
- 5-Guespin Louis, Marcellesi Jean Baptiste, op.cit, 1986, p9.

- 6- Abbaci Amal, Langues, discours officiel et pratiques langagières des jeunes au Maghreb. Les cas de l'Algérie et du Maroc. Etude sociolinguistique, thèse de Doctorat, université de Tlemcen, 2014, p111.
- 7-Dabene Louis & Billiez Jacqueline, Le parler des jeunes issus de l'immigration » in G.Vermès & J. Boutet (éds), France, pays multilingue. T.1 : Les langages en France, un enjeu historique et social. T.2 : Pratiques des langues en France, L'Harmattan, Paris, 1987, pp.62-77.
- 8-Laroussi Fouad, Le français en Tunisie aujourd'hui, Le français dans l'espace francophone, De ROBBILARD & Didier & Beniamino, Michel (dir), Tome 2, Editions Champion, 1996, p714.
- 9-Gumperz John, Introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Paris, Minuit, 1989, p57.
- 10-Ammi Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, De l'alternance codique dans les commentaires de la presse en ligne, in Ali Bencherif Mohamed Zakaria, Revue plurilingue, étude des langues, littératures et cultures, **Université de Tlemcen**, volume 3, Numéro1, 2020, pp 65-79.
- 11- Hamers Josiane & Blanc Michel, Bilinguisme et Bilingualité, Bruxelles, Éditions Pierre Mardaga, 1983, p198.
- 12- Laroussi Fouad, op.cit, 1996, p715.
- 13- <http://www.lequotidien-oran.com/> 27.06.2017.
- 14- <http://lesoirdalgerie.com/> 05/04/2018.
- 15- Ibid, 17/04/2018.
- 16- Ibid, 20/04/2017.
- 17- Ibid.
- 18- <http://www.lequotidien-oran.com/> 05/07/2017.
- 19- Ammi Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p60.
- 20-<http://www.lequotidien-oran.com/> 04/07/2017.
- 21- Kerbrat-Orecchioni Catherine, Les interactions verbales, Tome 2/, Paris, Ed. Armand Colin, 1992, p15.
- 22-<http://www.lequotidien-oran.com/> 06/05/2019.
- 23-ibid/ 09/06/2019.
- 24-<http://lesoirdalgerie.com/> 03/04/2017.
- 25-ibid/ 20/05/2018.
- 26- Kerbrat-Orecchioni Catherine, op.cit, 1992, p16.
- 27- Kherbouche Ghouti, Pratiques langagières médiatisées, changement de code et interculturalité chez les interlocuteurs plurilingues algériens, approche interactionnelle, le cas de l'émission Yadès d'Alger chaîne trois, revue Ed Işbîâf, <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/140/4/9/32460>, 2017, p7-8.
- 28-<http://www.lequotidien-oran.com/> 24/02/2019.
- 29-<http://lesoirdalgerie.com/> 24.07.2017
- 30-<http://ibid/> 05.09.2017.
- 31-<http://ibid/> 17.07.2018.
- 32-<http://ibid/> 23.04.2017.
- 33-<http://ibid/> 09.04.2017.
- 34-<http://ibid/> 20.04.2017.
- 35- Ibid.
- 36- Atifi Hassan, Choix linguistiques et alternance codique dans les forums diasporiques marocains, in J. Gerbault (éd.), La langue du cyberspace : de la diversité aux normes, L'Harmattan, Paris, 2007, p40.
- 37- <http://lesoirdalgerie.com/>17.07.2018.
- 38- Ibid , 23.04.2017.
- 39- Ibid, 02.05.2017.
- 40- Ibid.
- 41- Ibid, 08.10.2016.
- 42-<http://www.lequotidien-oran.com/> 03.09.2016.
- 43- Ibid.
- 44- Ibid, 01.07.2017.
- 45- Ibid, 08.2017.
- 46- Ibid, 29.10.2016.
- 47- Ibid.

- 48- Maingueneau, Dominique, Citation, Surassertion et Aphorisation, Cadiz, 2005, p149.
- 49-<http://www.lequotidien-oran.com/> 22.10.2016.
- 50-<http://www.lequotidien-oran.com/> 01.04.2017.
- 51-Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p72.
- 52-Capra Antonella, De la possibilité de traduire les expressions figées en littérature, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs>, consulté le 22 septembre 2022.
- 53-Greciano Gertrud, Signification et dénotation en Allemand – La sémantique des expressions idiomatiques Université de Metz-Klinsieck, Recherches Linguistiques numéro IX, 1983, p243.
- 54- Ammi Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, op.cit, 2020, p70.
- 55-<http://lesoirdalgerie.com/> 04.03.2018.
- 56- <http://www.lequotidien-oran.com/> 06.06.2017.
- 57- Ibid.
- 58- Ibid, 20.07.2017.
- 59- Ibid.
- 60- Ibid, 27.06.2017.
- 61-<http://lesoirdalgerie.com/> 05.04.2017.
- 62-Amami Abbaci Amal, Presse francophone en Algérie : entre discours officiel et réalité linguistique. Le cas du quotidien d'Oran, rubrique « Tranche de Vie », in Abdenbi LACHKAR, Langues et médias en Méditerranée, Editions L'Harmattan, Collection Langue et parole, 2012, p26.
- 63-Abbaci, Amal, Langues, discours officiel et pratiques langagières des jeunes au Maghreb. Les cas de l'Algérie et du Maroc. Etude sociolinguistique, thèse de Doctorat, université de Tlemcen, 2014, p207.
- 64- Ammi Abbaci Amal, L'arabe dialectal et ses usages dans la presse francophone en Algérie. Etude de cas de trois quotidiens algériens : Le Soir d'Algérie, El Watan et le Quotidien d'Oran, revue Socles, volume 4, numéro7, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4256>, 2015, p 23.
- 65-Amami Abbaci Amal, Le français dans toutes ses formes au Maghreb. Sur les traces d'un plurilinguisme social additif, in Martine FANDIO, Le français contemporain face à la norme. Pratiques, gestions et enjeux d'une langue au défi de la pluralité, Éditions Binam, Hauts de France, 2019, p221.
- 66- Ammi Abbaci Amal, op.cit, 2012, p31.

Bibliographies :

Livres :

- Calvet Louis Jean (1997), Les politiques linguistiques, Presses universitaires de France.
- Gumperz John(1989), Introduction à la sociolinguistique interactionnelle, Paris, Minuit.
- Greciano Gertrud (1983), Signification et dénotation en Allemand – La sémantique des expressions idiomatiques, Université de Metz-Klinsieck, Recherches Linguistiques numéro IX.
- Hamers Josiane & Blanc Michel(1983), Bilinguisme et Bilingualité, Bruxelles, Éditions Pierre Mardaga.
- Kerbrat-Orecchioni Catherine(1992), Les interactions verbales, Tome 2/, Paris, Ed. Armand Colin.
- Kerbrat-Orecchioni Catherine(1998), Les interactions verbales, Approche interactionnelle et structure de conversation, Tome 1, deuxième édition, Paris, Ed. Armand Colin.
- Laroussi Fouad(1996), Le français en Tunisie aujourd'hui, Le français dans l'espace francophone, De ROBBILARD &Didier & Beniamino, Michel (dir), Tome 2, Editions Champion.
- Maingueneau, Dominique (2005), Citation, Surassertion et Aphorisation, Cadiz.

Articles :

- Atifi Hassan, Choix linguistiques et alternance codique dans les forums diasporiques marocains, in J. Gerbault (éd.), La langue du cyberspace : de la diversité aux normes, L'Harmattan, Paris, 2007, pp. 31-46.
- Amami Abbaci Amal, Presse francophone en Algérie : entre discours officiel et réalité linguistique. Le cas du quotidien d'Oran, rubrique « Tranche de Vie », in Abdenbi LACHKAR, Langues et médias en Méditerranée, Editions L'Harmattan, Collection Langue et parole, 2012, pp.24-32.
- Amami Abbaci Amal & Abbaci Sarra Fatima, De l'alternance codique dans les commentaires de la presse en ligne, in Ali Bencherif Mohamed Zakaria, Revue plurilingue, étude des langues, littératures et cultures, Université de Tlemcen, volume 3, Numéro1, 2020,pp.65-79.

-Amami Abbaci Amal, Le français dans toutes ses formes au Maghreb. Sur les traces d'un plurilinguisme social additif, in Martine Fandio, Le français contemporain face à la norme. Pratiques, gestions et enjeux d'une langue au défi de la pluralité, Éditions Binam, Hauts de France, 2019, pp.221-245.

-Boyer Henri, Les politiques linguistiques, in Mots, Les langages du politique, France, Numéro 94, 2010.

-Dabene Louis & Billiez Jacqueline, Le parler des jeunes issus de l'immigration » in, G.Vermès & J. Boutet (éds), France, pays multilingue. T.1 : Les langages en France, un enjeu historique et social. T.2 : Pratiques des langues en France, L'Harmattan, Paris, 1987, pp.62-77.

-Guespin Louis, Introduction. Matériaux pour une glottopolitique, Cahiers de linguistique sociale, Mont Saint Aignan, Presses de l'Université de Rouen, France, numéro7, 1985.

-Guespin Louis & Marcellesi Jean Baptiste, Pour la glottopolitique, Paris, Langages numéro 83, 1986.

Sites web :

-Amami Abbaci Amal(2015), L'arabe dialectal et ses usages dans la presse francophone en Algérie. Etude de cas de trois quotidiens algériens : Le Soir d'Algérie, El Watan et le Quotidien d'Oran, revue Socles, volume 4, numéro7, <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/4256>, consulté le 28.05.2022.

-Capra Antonella (2010), De la possibilité de traduire les expressions figées en littérature, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs>. Consulté le 22 septembre2022.

-Kherbouche Ghouti (2017), Pratiques langagières médiatisées, changement de code et interculturalité chez les interlocuteurs plurilingues algériens, approche interactionnelle, le cas de l'émission Yadès d'Alger chaîne trois, revue Ed Işbîâf, <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/140/4/9/32460>, p7-8. Consulté le 10.03.2022.

Thèse :

-Amami Abbaci Amal (2014), Langues, discours institutionnels et pratiques langagières des jeunes au Maghreb : Le cas de l'Algérie et du Maroc. Etude Sociolinguistique, thèse de doctorat, dirigée par Pr. Pr.Boumediene Benmoussat & Pr.Francis Manzano, Université de Tlemcen.

L'efficacité des sites web dans la stratégie de communication marketing des offres touristiques en Algérie : Cas d'étude : le site web de Ministère du Tourisme et de l'Artisanat(MTA)

Dr. Ismail BENDEBILI⁽¹⁾ Dr. Abdelkrim BENAICHA⁽²⁾

1-Université Abderrahmane-Mira de Béjaïa, ismail.bendebili@univ-bejaia.dz

2-Université Abderrahmane-Mira de Béjaïa, abdelkrim.benaicha@univ-bejaia.dz

Soumis le: 19/02/2023

Révisé le :09/10/2023

Accepté le : 11/10/2023

Résumé

L'objectif de cette contribution vise à s'interroger sur l'efficacité des sites web au service de la stratégie de la communication marketing dans la promotion de l'offre touristique en Algérie. L'étude s'est basée sur une analyse de contenu appliquée sur le site web du MTA. Ce choix s'explique par sa fonction et par sa vocation de promotion des destinations et des territoires touristiques en Algérie. Dans cette étude, nous envisageons de mesurer les indicateurs de l'efficacité de ce site, en mettant l'accent sur sa conception. Pour ce faire, nous avons appliqué une grille d'analyse opérationnelle sur laquelle l'optimisation du site se détermine.

Mots-clés: L'efficacité, communication marketing numérique, la promotion touristique, le service touristique, l'offre touristique.

فعالية مواقع الويب في الاستراتيجية الاتصالية التسويقية للعروض السياحية في الجزائر
دراسة حالة موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية

ملخص

تتطلب هذه الدراسة من إشكالية تتمحور حول مدى فعالية موقع الويب لوزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر، ولعلّ الكيفية التي نحاول بها قياس الفعالية في هذه الدراسة، تتجسد إجرائياً من في مجموعة من المعايير التقنية التي يمكن على أساسها بناء هندسة المواقع، وذلك وفق ما يسمى بأرغونوميا مواقع الويب من جهة، بالإضافة إلى رؤية الموقع من جهة أخرى، بحيث إنّ تحليل هذه المعايير لا يمكن فهمه خارج نطاق استراتيجية الاتصال التسويقي المطبقة في عملية ترويج العروض السياحية. على هذا الأساس، قمنا في هذه الدراسة بإعداد شبكة تحليل تختص بالتحليل الإجرائي لمجموع المؤشرات الكيفية التي من خلال يمكن قياس فعالية هذا النوع من المواقع، والتي تندرج في إطار تحسين الموقع بما يتناسب ومعطيات المخطط العملي لاستراتيجية الاتصال التسويقي المتبناة عبر الأدوات الرقمية بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: فعالية، اتصال تسويقي رقمي، ترويج سياحي، خدمة سياحية، عرض ترويجي.

**The effectiveness of websites in the marketing communication strategy of tourist offers in Algeria:
Case study: the website of the Ministry of Tourism and Handicrafts**

Abstract

Our study aims to understand the strategic process adopted by the ministry in charge of tourism and crafts for promoting tourist services in the digital age. The objective of this contribution is to question the effectiveness of websites in the service of the marketing communication strategy (SCM) for promoting the tourist offer in Algeria. The study is based on a content analysis applied to the MTA website. The choice of this website is explained by its function and its vocation to promote destinations and tourist territories in Algeria. We plan to measure the indicators of the effectiveness of this site, through its visual design which is divided between its ergonomics and visibility. We used a grid analysis on which the site optimization indicators are determined. As a result of this measure, the site in question is optimizing its effectiveness in accordance with the strategy of building its visual identity which is based on two fundamental aspects, namely the cognitive and emotional aspects, in order to shape the attitude of the user towards the tourist service offered.

Keywords: Efficiency, digital marketing communication, tourist promotion, tourist service, tourist offer.

Auteur correspondant: Dr. Ismail BEBDEBILI, isamil.bendebili@univ-bejaia.dz

Introduction:

La question du tourisme en tant que champ d'étude s'est développé en fournissant une discipline carrefour où se croisent (pluridisciplinaire): géographie, sociologie, économie, communication, environnement, etc. Nous nous intéressons ici à l'approche pluridisciplinaire privilégiée dans cette nouvelle conception du tourisme axée sur la mise en tourisme des territoires (à partir de l'intervention du domaine des SIC, marketing, psychosociologie, de l'ergonomie,...). L'accumulation de la recherche et l'évolution de ses thématiques abordées ont démontré la transformation et la professionnalisation de l'activité touristique en matière de produits, d'acteurs, d'enjeux et de communication promotionnelle. L'usage intensif et accéléré des dispositifs numériques dans le tourisme a engendré de nouvelles actions de servuction et de nouvelles formes de promotion des produits touristiques. La mobilisation des notions et des pratiques communicationnelles a permis d'approcher le tourisme avec une vision inspirée de la logique et de la pratique de communication-marketing. Appliquée au tourisme cette pratique du marketing s'exerce sur deux niveaux : le marketing commercial qui s'intéresse au produit, tandis que le marketing des services se concentre sur le service. Dans cette démarche, nous nous focalisons uniquement sur le niveau du marketing des services, dans l'objectif de comprendre comment une institution du tourisme qualifie une offre touristique sous forme de services exposés à sa clientèle.

À cet effet, le service touristique envisagé par tout établissement prestataire doit être précédé puis accompagné par une démarche ou stratégie de communication marketing promotionnelle⁽¹⁾. Autrement dit, la production d'un service touristique en le proposant en offre dépend de l'aboutissement de sa communication et de sa capacité d'exposer les caractéristiques touristiques du produit.

D'ailleurs, les producteurs de ces contenus font découvrir les valeurs et les promesses du produit touristique⁽²⁾. De ce fait, pour garantir une présence suffisante, visible et attractive dans un marché hyperconcurrentiel du tourisme au monde entier, il est nécessaire d'avoir une stratégie promotionnelle adaptée aux attentes, afin de satisfaire les usagers en matière d'offre touristique mais aussi de services connexes surtout ceux liés à l'information promotionnelle et pratique sur le produit touristique. Cette concurrence en tourisme s'est accentuée avec l'usage intensif et professionnel du numérique à travers les différents moments de construction du produit touristique et de son exploitation. Aujourd'hui, les services touristiques sont plus demandés par les plateformes numériques (Sites web ou Applications), cela mène les promoteurs du tourisme à développer une nouvelle stratégie promotionnelle fondée sur l'exploitation du numérique afin de répondre aux exigences exprimées par les usagers qu'ils soient acteurs professionnels ou bénéficiaires finaux. Ces services numériques informationnels sont fournis par les sites web ou applications dédiés au tourisme.

En transposant cette démarche professionnelle sur le contexte algérien, l'exploration nous a permis de découvrir son expérience réalisée dans le cadre de la stratégie de communication marketing digital initiée par la tutelle ministérielle. Conscients de son importance, les acteurs institutionnels en charge du tourisme ont conjugué le lancement des nouvelles politiques publiques sur le tourisme avec le lancement de nouveaux programmes d'investissement sur les dispositifs numériques. Cette stratégie d'accompagnement vise principalement à exploiter l'environnement numérique et de mettre en avant le service touristique à travers la navigation et la consultation des dispositifs numériques et leurs applications et fonctionnalités. D'ailleurs, dans cette vision pragmatique de l'usage du numérique, le ministère chargé du tourisme a inscrit l'activité touristique dans le cadre du projet du gouvernement de 2022 portant sur le plan national de la numérisation des institutions publiques : e-gouvernance ou bien le gouvernement électronique.

En première étape du projet de numérisation du secteur, la tutelle ministérielle a commencé par le site officiel du ministère en insistant sur les facteurs de facilitation d'usage en communication numérique : contenus, architecture, applications, blogs, réseaux sociaux, etc.

En considérant, ce transformation remarquable, l'analyse sera applicable sur l'un de ces outils numériques tels que le site web.

Dans cette vision pragmatique et promotionnelle du tourisme en Algérie, la tutelle s'est mise en diapason avec les exigences de l'activité et avec les nouvelles mutations de la communication marketing liées aux dispositifs numériques. Notre intérêt s'est porté sur l'aspect de l'efficacité de la promotion de l'offre touristique en ligne dans le site web officiel du ministère en charge du tourisme et de l'artisanat, (MTA). Cela nous permettra de savoir si la communication marketing en ligne répond aux conditions et aux caractéristiques de la digitalisation. À ce propos, il est important de mettre en évidence le critère de l'ergonomie du Web⁽³⁾ qui représente un critère de mesure de l'efficacité. Il comprend deux aspects : L'aspect lié à la conception du site web, et l'aspect lié à son algorithme.

Nous nous intéressons à l'aspect de la conception, car ce volet représente les éléments qui seront traités concrètement dans cette démarche processuelle. Ainsi, la méthode que nous avons choisie n'arrive qu'à analyser le contenu de site web en mode de conception ergonomique qu'algorithme. Tout simplement en démontrant le volet visuel du site web.

La visibilité représente l'objectif, sur lequel, nous visons à mesurer l'efficacité de site web de la tutelle, en se focalisant sur l'optimisation de ce site à partir de deux critères principaux : L'ergonomie le système de management du contenu (CMS) : utilité, utilisabilité, accessibilité, équilibre, correct ; Design graphique : lisibilité, architecturassions de l'information). Et la Visibilité (référencement naturel ou l'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO), référencement payant ou l'optimisation pour les moteurs de recherche des compagnes publicitaires (SEA).

Beaucoup d'études⁽⁴⁾ ont mis en évidence le fonctionnement de la promotion de l'offre touristique à travers les nouvelles dispositions numériques performantes. Ainsi, nous visons à démontrer la variable de l'efficacité qui s'assure par ses indicateurs à mesurer le lien de l'harmonisation entre le plan d'action de la stratégie de la communication marketing engagée et la conception visuelle de site web MTA.

Aussi, cette présente recherche repose sur la question suivante : quelle est l'efficacité du site web MTA mise en œuvre de la stratégie de la communication marketing promotionnelle de l'offre touristique ?

1- Privilégier la méthodologie en fonction mesurable de l'efficacité:

Cette présente recherche nous a amené à adopter la démarche de l'étude de cas du site du ministère du tourisme, vu qu'il représente la première autorité responsable du secteur du tourisme, en considérant ce choix, le site web MTA est un site qui occupe toutes les informations pertinentes aux événements touristiques tant qu'un site informationnel, a une interface porte plusieurs portails relatifs, aussi ce site représente le fonctionnement de ministère du tourisme en ligne. Ainsi, nous nous sommes familiarisés avec la conception visuelle du site web, en vue de pouvoir atteindre l'objectif visé.

Ainsi, nous avons apporté un éclaircissement sur les indicateurs les plus mesurables de chaque concept (efficacité/ stratégie communication marketing, la promotion touristique). Nous avons privilégié une grille d'analyse (Voire l'annexe) qui a été formulée sur la base d'une littérature qui met l'accent sur la question de l'efficacité d'une stratégie de communication marketing promotionnelle à l'ère du numérique (Cwako Monkam, 2021, Claire Gayet et Xavier Marie, 2016, François Scheid& al, 2013).

Dans ce sens, nous chercherons à comprendre le fonctionnement de la stratégie visée et sa relation avec la nature de l'organisme même. Ceci, permettra d'expliquer le rapport entre la nature de la stratégie appliquée, ses pratiques et les réactions du public, sachant que, la maîtrise d'une stratégie de communication marketing adaptée exige que la tutelle (MTA) ait des données préalables sur les éléments sur lesquels la stratégie promotionnelle de l'offre touristique se base, une vision bien déterminée dans le cadre du développement touristique (locale, territorial, durable), et des potentiels suffisants en matière stratégique.

Tout compte fait, la stratégie de communication numérique que l'on vise est fondée sur trois parties, soulignées par Gayet et Marie et que sont : la mise en œuvre d'une stratégie marketing sur internet, son adaptation à l'heure du Web 2.0, et la prise en compte d'une vision globale de plateforme digitale de l'organisation⁽⁵⁾. À partir de ces éléments essentiels, nous sommes arrivés à comprendre que la spécificité du numérique s'exige à travers certaines normes d'adaptation sur lesquelles l'institution doit se conformer en mobilisant plusieurs procédés au niveau de site web, qu'elle favorise selon sa capacité matérielle et immatérielle dans le processus de sa nouvelle stratégie de la communication marketing.

Il s'agit aussi d'analyser les trois dimensions du plan d'action de la stratégie que sont ⁽⁶⁾: la stratégie cognitive (faire connaître), la stratégie affective (faire aimer), et la stratégie conative (faire agir). En considérant l'une de ces stratégies appliquées effectivement par la tutelle, cela nous permettra de constater la réalité de la politique touristique algérienne qui fonctionne à travers une stratégie promotionnelle via son site web (MTA).

2- Communiquer sur la démarche de l'approche de la proximité:

Du point de vue, nous avons mobilisé l'approche Marketing (Kotler, 2019), sur laquelle la communication est axée dans le plan d'action de mix marketing (McCarthy's (1960) 4Ps model of marketing). Les prestataires du tourisme utilisent désormais ce qu'on appelle la communication marketing comme dispositif capital dans leur propre promotion, où les organisations véhiculent des messages qui ont une valeur significative afin d'encourager le public ciblé d'avoir des réponses efficaces (provoquées par des stimuli) sur les attitudes, les émotions, et les comportements comme Chris Fill a souligné⁽⁷⁾;

“La communication marketing est un processus de gestion par lequel une organisation s'engage auprès de ses différents publics. Grâce à une compréhension des environnements de communication préférés d'un public, les organisations cherchent à développer et à présenter des messages pour ses groupes de parties prenantes identifiées, avant d'évaluer et d'agir sur toute réponse. En transmettant des messages d'une valeur considérable, les auditoires sont encouragés à offrir des réponses d'attitude, émotionnelles et comportementales.”

En effet, la communication marketing a connu une nouvelle mutation importante dans la stratégie de la promotion du produit/ service, appelée la communication marketing numérique. Il s'agit de la numérisation des dispositifs communicationnelles comme enjeu consiste à exploiter le Web.2.0, dans l'objectif d'attirer les clients potentiels et d'acquérir une visibilité identitaire de l'offre promotionnelle et en faciliter le service en mode de simplification et d'accessibilité permanente. Les prestataires touristiques s'engagent dans la stratégie de mise en ligne des services touristiques afin de tangibiliser leurs offres promotionnelles en mode excellent, et avoir une bonne réputation chez les vecteurs qui visent à développer une expérience touristique.

Cette nouvelle vision est subsumée dans le changement processuel de la théorie du marketing qui a été influencée par les innovations technologiques. De ce fait, les spécialistes du marketing font face à plusieurs défis en lien avec l'intégration des innovations les plus pertinentes pour leurs organisations et visant à attirer des avantages stratégiques. Ainsi, l'approche marketing digitale a pris une place primordiale dans la stratégie de mix marketing des organisations⁽⁸⁾. En principe le marketing comme discipline est fondé sur un processus de management qui repose sur l'identification, l'anticipation et la satisfaction des besoins des clients d'une manière rentable ⁽⁹⁾. Chaffay et Smith a mis en diapason le marketing digital avec ses objectifs comme suit⁽¹⁰⁾:

- Identification ; Internet peut être utilisée pour des recherches marketing visant à déterminer les besoins et les désirs des clients.
- Anticipation ; Internet offre un canal supplémentaire par lequel les clients peuvent accéder à l'information et faire des achats, l'évaluation de cette demande est essentielle pour régir l'affectation des ressources e-marketing.
- Satisfaction ; un facteur clé de réussite du e- marketing est la satisfaction des clients par le biais du canal électronique, ce qui soulève des questions telles que : le site est-il facile à

utiliser, fonctionne-t-il correctement, Quelle est la norme du service à la clientèle connexe et comment les produits physiques sont-ils expédiés ?

En effet, la mobilisation de cette approche s'est portée dans l'intérêt de sa capacité à dépasser la vision limitée du marketing promotionnel touristique telle qu'il a été mené par les médias traditionnels, et mettre en avant la mobilisation de la nouvelle vision de communication marketing menée par l'invention des nouveaux services digitalisés sur le Web. De plus, celle-ci, témoigne l'adaptation des professionnels du tourisme avec le marketing au regard des nouvelles technologies. Cela, permet d'expliquer la nécessité d'intégration des TIC dans la stratégie promotionnelle des organisations touristiques afin de satisfaire les besoins des visiteurs/touristes, à travers la surabondance de l'information numérique qui concerne toute une démarche de service touristique.

3- L'ergonomie de site web (MTA) dans de la stratégie de communication marketing promotionnelle de l'offre touristique :

L'efficacité de site web selon le critère d'ergonomie est faisable notamment au niveau du système de gestion de contenu de site. Les dimensions de ce système fonctionnent suffisamment par des indicateurs qui se manifestent en particulier sur l'utilité qui consiste à répondre à un besoin. L'utilité dans ce sens se compose des informations touristiques offertes sur un service et/ou un produit, et ses fonctionnements selon la façon de les promouvoir. Là-où l'aspect informative s'installe qui détermine la finalité du l'offre promotionnel. Donc, la multi-modalité de la promotion de l'offre se comprend en fonction des différentes caractéristiques de l'espace numérique, sur lequel l'information doit être flexible, fluide, rapide et accessible. La nature de l'information détermine le champ sur lequel les utilisateurs interagissent. A partir de ce fonctionnement, l'information en tant que multimédia se diffuse comme un élément d'illustration sous forme des images, des vidéos, des graphiques, des hypertextes, les hyperliens correspondent aux contenus des activités touristique.

Le site web (MTA) génère son utilité à travers l'information touristique qui offre une promotion tenant compte de l'adaptation des images, l'hypertexte, les liens les plus utilisés, certains graphiques et les vidéos (les vidéos rarement utilisés).

L'utilisabilité est un indicateur très important dans la mise en accès de l'information. Elle intervient dans le système de gestion de contenu du site web, et lors de l'identification par le biais de trois caractéristiques pertinentes : l'efficacité de l'interface (l'interface des utilisateurs (IU)), l'efficacité de la navigation et la satisfaction d'utilisateurs. Celles-ci, apparaissent dans le site web d'une manière déséquilibrée, notamment en ce qui concerne le caractère de la satisfaction des utilisateurs qui ne répondent pas aux normes de son fonctionnement à travers la servuction au succès tel que le service en ligne qui lie directement à l'action. Bien qu'il existe certains indicateurs qui font partie de l'orientation de ce service par d'autres liens ; tels que les paramètres d'aide à bien communiquer. Ce qu'il a été remarqué que les caractéristiques de l'efficacité de l'interface et l'efficacité de la navigation, pratiquement, mettre en valeur l'attention de l'utilisateur à bien accorder avec l'information à travers une interface unique, simple, facile ; et avec une navigation rapide, sans mois d'erreurs et difficultés rencontrés. Cela est un indice favorisant le plan d'action de site web dans la promotion de l'offre touristique. Sur lequel le service de l'information est habituellement articulé, tant qu'un site d'informations cherche à accrocher les internautes de façon à se faire connaître, plus qu'un site d'action (sites de services en ligne). Vu que le service en ligne est considéré parmi les services qui caractérisent le site web, nous avons constaté qu'il y a plusieurs organismes touristiques qui sont associés au ministère du tourisme (MTA), sous forme des portails en ligne, des applications, et les liens des sites web qui offrent le service touristique à titre indépendant.

Initialement, les indicateurs de l'utilité et de l'utilisabilité nous permettent de classer le site (MTA) selon la nature de l'offre promotionnel. En illustrant, qu'un site gouvernemental subsume l'un des sites freemium (basé sur un service gratuit) qu'un site premium (basé sur un service payant) s'intéressant à la promotion d'un service public dans l'objectif de la

mémorisation qui repose sur la perception sur laquelle l'attention du public se base, là-où l'argumentation logique s'évoque dans un site purement informationnel à travers les différentes connaissances sur les offres promotionnels.

Suivant le système de gestion de contenu du site web (MTA), nous trouvons l'accessibilité qui identifie la manière d'accéder à l'information sous différentes formes. Un contenu accessible est un indicateur de l'efficacité. À cet effet, le site s'est appuyé sur certaines accessibilités à savoir des options suggérées telles que les boutons d'action sous forme Open graph, et quelques boutons de contact. Au regard de ces indicateurs, l'accessibilité du site est fortement basée sur les hypertextes et les hyperliens, qui sont des caractéristiques sur lesquels l'internaute peut accéder à l'information facilement. Alors que ces indicateurs ne sont pas une spécificité de ce site. C'est une détermination technologique imposée à tous les canaux numériques.

À partir de notre constat, le système de gestion de contenu de site web (MTA) porte quelques indicateurs de mesure qui se distinguent par une efficacité souhaitable, notamment en ce qui concerne la variable d'attractivité qu'il implique. Illustrons nos propos par notre constat qui dit qu'il n'y a aucun processus d'efficacité qui fonctionne par l'une des stratégies de communication marketing, alors qu'il y a une démarche visible se déterminant par une méthode rationnelle ou logique qui s'articule souvent sur la stratégie cognitive dans l'objectif de faire connaître ce qu'on appelle la notoriété ; c'est la stratégie sur laquelle l'image du ministère de la tutelle se construit. Dans ce sens, l'aspect cognitif s'adapte avec une démarche purement informationnelle qui se base sur l'attractivité qui consiste à viser l'aspect rationnel du public (la perception).

À ce propos, il faut considérer d'autres dimensions que sont : le design graphique ou la conception formelle de site web (MTA). Partant de ce terme, nous jugeons pertinent dans ce contexte de faire appel à plusieurs concepts techniques. Le design graphique représente la lisibilité de site web qui fait partie de ce que l'on appelle l'expérience d'utilisateurs. À partir de cette fonction le design graphique de site (MTA) se catégorise par un design adaptif ou responsif sur lequel le mode d'afficher le contenu fonctionne selon la taille de l'écran du support. Nous avons fait notre analyse sur un écran d'un PC portable, là-où l'affichage de contenu dans ce support se distingue par un design graphique adapté par rapport aux autres supports (mobile, tablette, ...etc.). Par conséquent, l'application du design s'adapte selon le fonctionnement de l'appareil qui prend en compte la taille de son écran notamment au niveau de la page de site web. Plusieurs opérations interviennent dans ce sens, telles que le code de feuilles du style en cascade (CSS), et le code du langage signalétique hypertexte (HTML) pour contrôler cette relation entre le moteur de recherche de l'appareil, son écran, et le design adaptif. En fait, la mise en adaptation du design d'un site web dans les différents supports à travers ses tailles d'écrans se base sur certains paramètres qui se focalisent sur l'expérience des utilisateurs selon la spécificité du support numérique traité.

La fonction de design graphique concerne l'accès facile à l'information et le choix à y accéder facilement via n'importe quelle page. Le site web (MTA) a pris en compte ce caractère selon un design adapté et captif qui permettra aux utilisateurs à accéder de n'importe quelle page par la page elle-même mise en action, à savoir la page d'accueil à travers le Menu-Items, Menu- Rubriques, et le Tableau de bord.

Graphiquement parlant, la faisabilité de l'accès à l'information ne signifie pas que l'opération est parfaite. En considérant, les différents besoins afin d'accéder directement à l'information par la page de destination, et parfois, elle est imposée par un flux de pages sous forme des balises d'information, des publicités, des annonces, ...etc.

Dans ce contexte, les indicateurs de design se manifestent encore par la mise en texte, et la mise en page de site web (MTA). Ils sont des éléments importants emmenant le site à être bien lisible. Pour ce qui est de la mise en texte du site, ce qui est remarquable c'est la richesse des couleurs utilisées telles que les couleurs originales des logos (logo du ministère tutelle, logos des portails pertinents), y compris les couleurs de la nature par rapport aux zones

touristiques, et quelques produits originaux. En plus, la couleur privilégiée des pages est la couleur bleue qui est uniforme et suggère généralement l'autorité. Elle représente bien l'identité visuelle du ministère tutelle sur laquelle la nature du ministère tutelle se manifeste comme organisme d'autorité d'un service public touristique. Cette gamme de couleurs souvent associée aux nouvelles technologies et l'attractivité pour les touristes. Mais aussi d'autres couleurs signifiantes qu'ils se focalisent généralement entre les couleurs originelles du contenu touristique (activités touristiques et artisanales, la biodiversité, ...etc.)

La taille de police du texte aussi renforce la lisibilité de site web (MTA). Ce dernier utilise généralement une taille standard dans la plupart des textes, sauf au niveau des grands titres qui ont été affichés par une taille supérieure, comparativement à la taille inférieure du menu. Donc, la standardisation de la police apparaît à travers le style de l'empattement (serif) choisi, et qui contribue à la bonne figuration des lettres. En le considérant comme un caractère de police qui facilite le confort visuel des usagers lors de la lecture.

Par ailleurs, il y a d'autres indicateurs qui interviennent dans la lisibilité de texte, comme le soulignage des grands titres, qui est une option de police pour mettre en évidence l'importance de texte. De plus, l'emplacement du texte lui-même, se fait selon la langue utilisée, (Arabe/droit, Français et Anglais/gauche). En illustrant, à travers des images d'une manière inversées (texte devant l'image), une page d'accueil partielle (texte partagé partiellement). La mise en texte se mesure aussi à travers sa longueur et sa position, sur lesquelles l'interface se détermine. Pour mettre en valeur le texte il faut tenir en compte l'espace de la page web. La page de site web (MTA) se partage par quatre parties dans lesquelles le texte s'incarne en deux types : par un texte réduit ou court, et par un texte élargi ou long. A partir de cette distinction la signification se construit à travers l'importance de l'offre, sa nature qui nécessite plus de détails, et la mise en place du texte à travers les parties de la page (le corps de la page et ses périphériques).

En ce qui concerne le deuxième indicateur essentiel dans la lisibilité du site, il s'agit de la mise en page, qui convient aux caractéristiques du site web (MTA), en particulier l'aération des pages en appliquant des étiquettes afin de partager le texte en fonction des titres principaux. L'équilibration aussi entre le texte et l'image intervient dans le design de la page qui s'articule sur un texte privilégié pour une image. Tous ces indicateurs de la mise en page se clarifient par le nombre de pages utilisées qui se divisent en dix pages concessives selon l'architecture du site.

Parmi les fonctions de design, il y a la fonction qui rend l'information fluide, facile à circuler, rapide à accéder. Le site web (MTA) tient en compte certains indicateurs relatifs tels que l'accès aux informations en trois clics, c'est une règle unifiée dans l'expérience des usagers notamment dans l'accès à l'information via les outils numériques. Par conséquent, l'accès à l'information se mesure par le nombre de clics qui nous permettent d'évoquer la règle sur laquelle nous pouvons mettre en valeur l'accès aux informations sur norme. Donc, on pourrait dire que, plus le nombre de clics est minimisé, plus l'accès aux informations serait facile, et par conséquent contribuera à l'optimisation du site web.

Le design du site web du ministère de la tutelle comme un organisme public responsable du tourisme, c'est un élément nécessaire sur lequel l'image du ministère s'identifie. En fait, l'identification fait partie de ce design, qui se planifie sur quelques indicateurs regroupés dans le vocable : la notoriété de l'organisme. Parmi ces éléments, se trouvent deux variantes, la première s'inscrit dans la promotion de l'image du ministère tutelle, et s'articule sur deux logos qui se distinguent entre le logo du Ministère de la tutelle (MTA), et les Logos des organismes dépendants et associés sous forme de portails, de plus la marque du ministère (MTA), et le symbole autour-elle, tel que la pièce d'argent historique comme un objet patrimonial.

La seconde variante est la marque de service qui s'apparente par des signes de ville sous forme d'images localisées représentant les zones touristiques. A cet effet, la marque de ville

s'utilise comme un moyen pour visualiser la ville en tant qu'une zone attractive et une destination touristique.

Suite au design, l'identification de l'architecture de l'information est un élément important dans son accès. L'efficacité de l'architecture de l'information s'indique sur la façon de la rechercher. Cette recherche se base généralement sur les différents besoins des usagers de site web. C'est pour cela, l'expérience de l'utilisateur est une plateforme sur laquelle nous pouvons comprendre le fonctionnement de design d'un site web. Dans ce sens, le site web (MTA) applique quelques indicateurs adaptés, tels que la barre de recherche (uniquement pour la recherche en mots clés), les boutons de navigation qui facilitent l'accès à l'information à travers un mode de navigation coordonné par des repères qui se focalisent sur les boutons de navigation géographique et (HTML), et qui se représentent sur les hypertextes et les hyperliens. En résultant, l'architecture de l'information est adaptive. Cependant, la recherche en mots-clés par la barre consacrée nécessite certains développements à travers une réponse rapide et pertinente au besoin d'utilisateurs car nous le considérons comme le moyen le plus exercé chez les utilisateurs dans leurs recherches dans l'objectif de raccourcir le temps de la recherche à l'information, et de préciser le besoin.

Le site web (MTA), repose sur une structure qui se manifeste par trois plans principaux : un plan hiérarchique représentant un menu explicite (menu -items), et un menu implicite (menu-rubrique), et un tableau de bord. Le second plan concerne l'hypertexte interne et externe. Le troisième plan représente l'actualité menée par une page partielle spécifique (ongle présidentiel). Alors que la structure du site web est considérée comme un plan d'interface de l'information directrice. Ainsi le site renforce sa structure sur la base de ses caractéristiques qui reflètent pratiquement la planification de l'information selon les normes précédentes.

L'autre indicateur sur lequel repose le design, est le public. Le site (MTA) est destiné à plusieurs catégories de publics, Cette large cible se basant sur les visiteurs ; ou bien les utilisateurs ciblés est divisée en deux catégories de public. La première est les partenaires associés tels que les autorités les ministères, les entreprises, et les associations. La deuxième représente les différentes organisations touristiques qui sont sous tutelle du ministère du tourisme, tel que les agences de voyages, les hôtels, les restaurants, et les complexes touristiques, les parcs nationaux. Les deux catégories font partie de l'expérience des utilisateurs à partir de ceux qui sont décident de destiner son besoin à l'offre promotionnel, et qui peut aller à l'action ou la servuction, ou ceux qui sont cherchent toujours des besoins à satisfaire comme des re-visiteurs potentiels. Donc, lisibilité du site web repose à partir la cible visée représente un objectif stratégique dans le processus de la communication marketing.

4-La visibilité de site web (MTA) dans de la stratégie de communication marketing promotionnelle de l'offre touristique:

Dans l'objectif d'élargir la mesure de l'efficacité du site web (MTA), nous avons adapté d'autres critères qui ont contribué à l'optimisation du site web, il s'agit du critère de la visibilité. Celui-ci, fonctionne en totalité sur la base opérationnelle qui fait partie de l'analyse marketing. De ce fait, la visibilité représente ce qui est appelé :le marketing des moteurs de recherche (SEM), qui se distingue en deux types de moteurs de recherche telles mentionnés auparavant : le premier est (SEO); il se définit comme un référencement naturel, alors que le seconde est le (SEA) ; il se définit comme un référencement payant. À partir de ces sources nous avons analysé la visibilité par son volet visuel, là où on peut y mesurer en fonction de la conception de site web (MTA). À cet effet, nous nous intéressons aux indicateurs visibles sur lesquels le contenu de site web peut être visuel. Autrement dit, nous allons nous focaliser plus sur l'aspect structurel de la visibilité que sur son analyse statistique.

Alors, le fonctionnement de (SEO) démarre par l'optimisation des médias (MO) qui s'articule principalement sur les multimédias, tels que les vidéos, les images, les captures d'écrans, et infographiques, ils sont considérés comme des moyens d'illustration de contenu. Ils jouent un rôle de renforcement de la visibilité (éléments de renforcement). Le site web

(MTA) favorise le flottage massif des images que les autres types des médias. En justifiant de ce résultat que la nature du service touristique impose le type médiatique adaptif, ainsi ils créent une pertinence et une cohérence avec les textes. Par ailleurs, d'autres considérations relatives à la capacité du site web par rapport à l'utilisation des vidéos n'est pas à négliger. Sachant que, la configuration de flottage des images dans le site web (MTA) ne favorise pas toujours son optimisation. En contrepartie elle peut juger différemment, lorsque l'optimisation des médias s'articule à la base d'une diversité des indicateurs visant à enrichir le contenu pour être bien visuel.

Ainsi qu'il y a un autre indicateur d'optimisation qui intervient. Il s'agit-il de l'optimisation des médias sociaux (SMO). Cet indicateur est l'un des opérateurs d'indexation les plus efficaces dans l'optimisation des sites web. A cet effet, l'application des médias sociaux devenus indispensables dans la conception des sites web. En principe, les médias sociaux se caractérisent par l'option call-to-action (CTA) où se trouvent les boutons d'action, qui se manifestent sous forme des Open Graph tels que le Facebook, Twitter, You tube, et Instagram. D'ailleurs, l'implication de différents réseaux sociaux numérique renforce l'efficacité de site web. Ils sont considérés comme des entrées et des sorties au même titre que lorsque nous cherchons une information. Ils sont des fenêtres de sources représentant d'autres référencements qu'on appelle le référencement social. En ce qui concerne l'emplacement des boutons de navigation visible qui optimisent aussi son fonctionnement à partir de sa mise en page; le site web (MTA) a mis deux emplacements de réseaux sociaux, en bas de la page de biais gauche, et la marge de biais droit. Cet emplacement fait partie de l'intelligence graphique de ce site web qui se focalise sur certaines normes scientifiques de la visibilité amenée par la logique d'usage des internautes. (Voir l'annexe)

L'efficacité est identifiée par d'autres indicateurs essentiels, tel que la gestion de la relation clients/prospects(CRM). Pour éclairer ce point, on a déterminé cette présente étude par le terme utilisateurs que clients lorsqu'on parle au contexte du service à promouvoir. Le (CRM) dans le site web (MTA) se caractérise par les paramètres de contact, qui sont des moyens de communication facilitant le contact entre l'institution ministériel et son public, tels que le numéro de téléphone, le courriel, boîte aux lettres (SMS), et les adresses courriels et de contact. Ceux-ci sont des paramètres de tous les sites web. Ainsi, la mise en fonction de ces paramètres est nécessaire dans la gestion de la relation avec les utilisateurs, en fonction de la communication externe du ministère tutelle.

Additivement, le (CRM) fait partie du contenu généré par les utilisateurs (UGC), sur lequel toutes les formes de contenu produit se regroupent grâce aux usages. Celles-ci, se définissent par les paramètres de feedback qui ont été appliqués dans le site web (MTA) à travers quelques paramètres pertinents, tels que la cellule d'écoute et d'orientation (IE). En ce qui concerne la page de la participation, la barre de l'abonnement comme un service le (RSS) à travers le landing-page. Ces paramètres ont été formulés à la base communicationnelle sur laquelle toutes les interactions entre le site web MTA et ses usagers se déterminent. Ceci reflète bien évidemment le degré de l'interactivité du site.

Une série d'indicateurs de (SEM) qui nous a permis d'analyser ce site consiste à l'utilisation des moteurs de recherche pour l'acquisition/publicité ou le (SEA). Ces indicateurs sont considérés comme un processus d'optimisation qui fonctionne sous forme de campagnes, sur lesquelles l'efficacité se mesure dans le sens visuel. Le contenu du site web (MTA) prend en compte certains indicateurs qui font partie de ce que l'on appelle la relation publique digital (DPR). Cela, se représente dans le site web (MTA) sous forme de campagne d'acquisition à travers la page des communiqués de presse, les pages des publications documentaires, la page de l'évènementiel, la page de newsletter (Onglet d'actualité), et la page du sondage. A partir de ces indicateurs, le DPR s'incarne en fonction d'une stratégie de la communication externe notamment par l'intégration de la publicité en tant qu'un indicateur important qui contribue à construire la notoriété plus que les autres indicateurs d'acquisition. Cependant, le DPR dans le site web (MTA) ne fonctionne pas d'une manière efficace dans le

sens où plusieurs indicateurs existent pour une relation publique digital tels qu'e-publicité, e-réputation, le mécénat, ...etc.

Conclusion:

A partir de notre analyse de l'efficacité de site web (MTA) au service de la stratégie de communication marketing promotionnelle de l'offre touristique, on conclut que la mesure de l'efficacité est soumise à plusieurs indicateurs, sur lesquels la conception du site se fait. A ce propos, cette étude de cas a démontré par une démarche qualitative, toutes les caractéristiques qui ont contribué à la constitution de l'image digitale de l'organisme ministérielle (MTA). Celle-ci a fait partie de la stratégie de communication de marketing digitale externe. Dans ce contexte, on considère que tous les indicateurs construisant l'image ergonomique de la tutelle représentent la stratégie de communication marketing digitale dans la promotion de l'offre touristique.

Par conséquent, l'efficacité de site web (MTA) est faisable, en la mesurant à un ensemble d'indicateurs reposant sur deux critères principaux : l'ergonomie qui occupe largement notre analyse, et la visibilité qui l'appui.

Ergonomiquement, le site prend en compte la variable d'utilisateur, en tant qu'élément indispensable dans l'opération de l'interaction sur l'offre touristique. En basant sur deux dimensions sur lesquels l'ergonomie se construit, le système de gestion de contenu et l'expérience d'utilisateurs. A partir de ces éléments l'interactivité se détermine. Donc, la conception d'un site web nécessite certainement des plans d'actions pour traduire la stratégie de la communication marketing adaptive, notamment dans le sens opérationnel qui s'articule sur un plan ergonomique qui nous permet de bien comprendre le rapport usager-site web via un cyberspace.

Par ailleurs, la visibilité renforce cette interaction selon la capacité des sources sur lesquelles les utilisateurs sont interactifs. Il est alors, nécessaire d'illustrer que l'efficacité d'un indicateur s'articule au fur à mesure de sa qualité et sa performance. Pour cette raison, l'efficacité du site web du ministère de tutelle se mesure à travers le degré de la performance de chaque indicateur. Par conséquent, l'efficacité réelle du site se manifeste dans la totalité de la performance qui se partage entre ces indicateurs.

Ce résultat nous a permis à mesurer l'efficacité du site web (MTA) selon les variables définies. Pour cela, on considère que la mise en valeur de l'efficacité est nécessaire. L'efficacité du site web en question dans la présente étude demeure limitée, mais elle est dans les normes,

En fonction de la stratégie de communication marketing appliquée, nous avons remarqué que l'attractivité se manifeste dans tous les indicateurs de l'efficacité. Cela, signifie que la notoriété est impliquée. D'ailleurs, sur cette notoriété, l'image de marque de l'institution ministérielle (MTA) s'annonce et se décline dans l'objectif de faire connaître la destination. Ce faisant, nous avons adopté la stratégie adaptive qui est une stratégie cognitive, laquelle nous a amené à confirmer (par un raisonnement logique s'incarnant dans la nature de site web (MTA), qu'il est un site informationnel. A cet effet, la plupart des indicateurs de l'efficacité s'articulent autour de l'information, sa gestion, sa lisibilité, son architecture, et sa visibilité. Sachant que l'efficacité de cette information est soumise à une stratégie promotionnelle de l'offre touristique dans l'objectif de construire une image sur le service touristique à partir d'un ensemble d'opinions et d'attitudes sur lesquelles la servuction se base. Dans ce cas, l'action d'attractivité est l'un des facteurs construisant l'attitude du site. Elle s'exprime selon un processus neuropsychologique⁽¹¹⁾, qui met l'accent sur le fonctionnement de l'acte d'attraction ainsi que le désir qui provoque activement l'aspect émotionnel. Il est donc, important de dire que la dimension de forme est un élément qui complète la dimension de contenu, Les deux se focalisant sur l'aspect psychologique d'utilisateur, lequel exprime son désir par l'identification de design graphique.

En conclusion, nous avons démontré que la construction d'une attitude orientée vers le service de l'offre touristique via le site web (MTA), était bien possible à atteindre, notamment

par l'application des deux stratégies suivantes : une stratégie cognitive, centrée sur faire connaître le public. A cet effet, le site MTA basé sur l'aspect l'informationnel, où l'information doit d'être disponible. Dans ce sens, l'information de l'offre touristique, l'attractivité touristique, la destination touristiques sont des éléments sur lesquels le site web MTA se focalise ; et une stratégie affective, centrée sur faire aimer le public, consiste à viser le coté émotionnel du public à travers ses désir. Dans ce cas, le site basé sur l'image de marque sur laquelle le ministère du tourisme comme une institution publique s'identifie visuellement. Ce faisant, il est possible de passer à troisième stratégie, celle nommée conative. A partir de ces étapes stratégiques, nous arrivons à comprendre que le site web (MTA) dans sa démarche ergonomique et visuelle a priorisé le changement de l'attitude des utilisateurs que leur comportement. Pourtant, ce dernier objectif est le plus visé par la stratégie de la communication marketing numérique visible appliquée à la stratégie de communication globale de l'institution touristique ministériel.

Références:

- 1- Jean-Marc Décaudin (2003): La communication marketing, concepts, techniques, stratégies, collection Gestion, 3^{ed} ECONOMICA, Paris.
- 2- Amélie Boucher (2009) : Ergonomie Web : Pour des sites web efficaces, 2^o éditions, EYROLLES, Paris, , Pp4-7.
- 3- Voir (Hout&Mekhfech 2020, Boroua&Moussli2020, Benghadrane&Khreis 2019, Ali Syamsuddine&Priansah 2019).
- 4- (CwakoMonkam, 2021, Claire Gayet et Xavier Marie, 2016, François Scheid al, 2013).
- 5- Claire Gayet et Xavier Marie (2016) : Web marketing et communication digitale : outils pour communiquer efficacité auprès de ses cibles, VUIBERT, Paris, p. 09.
- 6- Fill Charis (2009): Marketing communication: Interactivity, communities, and content, 5th ed. Pearson education limited, England, p.16.
- 7- Dave Chaffay& Fiona Ellis- Chadwick (2016): Digital Marketing, 6th ed. Pearson education limited, England, p17.
- 8- Ibid.
- 9- Denis Pommeray (2016) : le plan marketing-communication digital : Préparer, déployer et piloter son plan web marketing, DUNOD, Paris, p.61-69.
- 10- Valerie Fointiat, Laura Barbeir : Persuasion et influence : changer les attitudes, changer les comportements. Regards de la psychologie sociale. Journal d'Interaction Personne-Système, 2015, Volume 4, Number 1, Special Issue : PISTIL (1), pp.1-18.
- 11- Gervais CwakoMonkam (2020) : Communication marketing des organisations ; De la stratégie au déploiement digital et numérique, L'Harmaton.
- 12- Manuelle Aquilina& al (2018) : La communication touristique; vers de nouvelles interfaces? Du discours aux représentations territoriales, les presses de l'université de Laval.

Bibliographies:

- 1-Amélie Boucher (2009) : Ergonomie Web : Pour des sites web efficaces, 2^o éditions, EYROLLES, Paris.
- 2-Chris Fill (2009): Marketing communications: interactivity, communities, and content; 5th ed, Pearson Education Limited.
- 3-Claire Gayet et Xavier Marie (2016) : Web marketing et communication digitale : outils pour communiquer efficacité auprès de ses cibles, VUIBERT, Paris.
- 4- Dave Chaffay& Fiona Ellis- Chadwick (2016): Digital Marketing, 6th ed. Pearson education limited, England.
- 5-Denis Pommeray (2016) : le plan marketing-communication digital : Préparer, déployer et piloter son plan web marketing, DUNOD, Paris.
- 6-Gervais CwakoMonkam (2020) : Communication marketing des organisations ; De la stratégie au déploiement digital et numérique, L'Harmaton, Paris.
- 7-Jean-Marc Décaudin (2003): La communication marketing, concepts, techniques, stratégies, collection Gestion, 3^{ed} ECONOMICA, Paris.
- 8- Manuelle Aquilina& al(2018) : La communication touristique;vers de nouvelles interfaces? Du discours aux représentations territoriales, les presses de l'université de Laval, Canada.

9- Valerie Fointiat, Laura Barbeir (2015) : Persuasion et influence : changer les attitudes, changer les comportements. Regards de la psychologie sociale. Journal d'Interaction Personne-Système, Volume 4, Number 1, Special Issue : PISTIL (1).

Annexes:

Grille d'analyse de l'efficacité d'un site web dans la mise en œuvre d'une stratégie de la communication marketing

1. Optimisation de site web (MTA)

1.1. L'ergonomie de site web

1.1.1. Système de gestion de contenu (CMS)

1.1.1.1. Utilité

1.1.1.1.1. Utilité globale (UG)

1.1.1.1.1.1. Offre promotionnel

1.1.1.1.1.1.1. Services et activités touristiques

1.1.1.1.1.1.2. Produits et activités artisanaux

1.1.1.1.1.2. Micro-Utilité

1.1.1.1.1.2.1. Informationnel

1.1.1.1.1.2.1.1. le ministère

1.1.1.1.1.2.1.1.1. Editorial

1.1.1.1.1.2.1.1.2. Organigramme

1.1.1.1.1.2.1.1.3. Suivi

1.1.1.1.1.2.1.1.4. Formation

1.1.1.1.1.2.1.1.5. Coopération

1.1.1.1.1.2.1.1.6. Statistiques

1.1.1.1.1.2.1.1.7. Annuaire

1.1.1.1.1.2.1.2. Actualité

1.1.1.1.1.2.1.3. Evenementiel

1.1.1.1.1.2.1.4. Publications

1.1.1.1.1.2.1.5. Offre promotionnel de service touristique

1.1.1.1.1.2.1.5.1. Connaitre l'Algérie

1.1.1.1.1.2.1.5.2. Destination

1.1.1.1.1.2.1.5.3. Aménagement

1.1.1.1.1.2.1.5.4. Thermalisme

1.1.1.1.1.2.1.5.5. Projets

1.1.1.1.1.2.1.5.6. Législation et la réglementation du tourisme

1.1.1.1.1.2.1.5.7. Investissement

1.1.1.1.1.2.1.5.8. Activités

1.1.1.1.1.2.1.5.9. Produits

1.1.1.1.1.2.1.6. Offre promotionnel du produit artisanal

1.1.1.1.1.2.1.6.1. Artisanat Algérien

1.1.1.1.1.2.1.6.2. Développement

1.1.1.1.1.2.1.6.3. Normalisation

1.1.1.1.1.2.1.6.4. Actualisation

1.1.1.1.1.2.1.6.5. Etudes

1.1.1.1.1.2.1.6.6. Formation

1.1.1.1.1.2.1.6.7. Guide

1.1.1.1.1.2.1.6.8. Législation et la réglementation de l'artisanat

1.1.1.1.1.2.2. Fonctionnel

1.1.1.1.1.2.2.1. Liens utiles

1.1.1.1.1.2.2.2. Portails

1.1.1.1.1.2.2.3. Application associés

1.1.1.1.1.2.2.4. Présentations

1.1.1.1.1.2.2.5. Exposition de services

1.1.1.1.1.2.2.6. Exposition de produits

1.1.1.1.1.2.2.7. Illustrations

1.1.1.1.1.2.2.8 ; 1. Textes

1.1.1.1.1.2.2.9. Images

1.1.1.1.1.2.10. Econes

1.1.1.1.1.2.11. Etiquettes

1.1.1.1.1.2.12. Vidéos

1.1.1.2. Utilisabilité

1.1.1.2.1. Efficace

1.1.1.2.1.1. Interface utilisateurs (IU)

1.1.1.2.1.1.1. Destinée aux grandes publics (service publique)

1.1.1.2.1.2. Interface large et long

1.1.1.2.1.3. Interface latéral

1.1.1.2.1.4. Interface partiel

1.1.1.2.1.5. Menus-Items (Vertical)

1.1.1.2.1.6. Menu-rubriques (Optionnel)

1.1.1.2.1.7. Plug-in

1.1.1.2.1.7.1. Boutons

1.1.1.2.1.7.2. Symboles des Logos

1.1.1.2.1.7.3. Icones graphiques

1.1.1.2.2. Efficience

1.1.1.2.2.1. Navigation rapide

1.1.1.2.2.2. Moins d'erreurs possible

1.1.1.2.2.2.1. Titres correctes

1.1.1.2.2.2.2. Liens corrects (URL)

1.1.1.2.2.3. Interface unique

1.1.1.2.2.4. Texte équilibre au image

1.1.1.2.3. Satisfaire (servuction au succès)

1.1.1.2.3.1. Point de servuction (service en ligne)

1.1.1.2.3.1.1. Liens utiles

1.1.1.2.3.1.1.1. Circuits touristiques Algérie

1.1.1.2.3.1.1.2. Portail du service publique du secteur du tourisme

1.1.1.2.3.1.1.3. Portail de promotion touristique algérienne

1.1.1.2.3.1.2. E. participation

1.1.1.2.3.1.2.1. Cellule d'écoute et d'orientation

1.1.1.2.3.2. L'accès à l'information

1.1.1.2.3.2.1. En min 3 clics

1.1.1.2.3.3. Service d'aide

1.1.1.2.3.3.1. Paramètre de recherche

1.1.1.2.3.3.1.1. Barre de recherche

1.1.1.2.3.3.2. Paramètre de langue

1.1.1.2.3.3.2.1. Arabe

1.1.1.2.3.3.2.2. Français

1.1.1.2.3.3.2.3. Anglais

1.1.1.2.3.3.3. Paramètre de contact

1.1.1.2.3.3.3.1. NO de Tel

1.1.1.2.3.3.3.2. Mailing

1.1.1.2.3.3.3.2.1. Boîte e-mail

1.1.1.2.3.3.3.2.2. Adresse e-mail de contact

1.1.1.2.3.3.3.2.3. Adresse e-mail de site web

1.1.1.2.3.3.3.3. Boîte de lettre (SMS)

1.1.1.3. Accessibilité

1.1.1.3.1. Boutons d'action (CTA)

1.1.1.3.1.1. Boutons Open graph

1.1.1.3.1.1.1. Réseaux sociaux numérique (RSN)

1.1.1.3.1.1.1.1. Facebook

1.1.1.3.1.1.1.2. Twitter

1.1.1.3.1.1.1.3. Youtube

1.1.1.3.1.1.4.Instagram
 1.1.1.3.1.2.Boutons de téléchargement
 1.1.1.3.1.2.1.Boutons de contact
 1.1.1.3.1.2.2.Boite d'e-mail
 1.1.1.3.1.2.3.Boite de lettre
 1.1.1.3.2.Hypertexte
 1.1.1.3.2.1.Suite du Texte cours
 1.1.1.3.2.2.Lire plus/Lire tous(toutes)
 1.1.1.3.2.3.Voire plus/Voire tous(toutes)
 1.1.1.3.2.2.Balises de titrage
 1.1.1.3.2.2.1.Grand titres
 1.1.1.3.2.2.2.Sous titres
 1.1.1.3.2.2.3.Soussous titres
 1.1.1.3.2.3.Mots clé
 1.1.1.3.2.3.1.Intégré dans le texte
 1.1.1.3.2.3.2.Mots clé Iconiques
 1.1.1.3.3.Hyperlien
 1.1.1.3.3.1.Interne
 1.1.1.3.3.1.1.Liens intégrés dans le texte
 1.1.1.3.3.1.2.Liens relatives au menu
 1.1.1.3.3.2.Externe
 1.1.1.3.3.2.1.Application Web Portail
 1.1.1.3.3.2.2.Circuits touristiques Algérie (CTA)
 1.1.1.3.3.2.3.Portail du service publique du secteur du tourisme (PSPST)
 1.1.1.3.3.2.4.Portail de promotion touristique algérienne (Visitalgeria)
 1.1.1.3.3.2.5.Office national du tourisme (ONT)
 1.1.1.3.3.2.6.Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel (ANART),
 1.1.1.3.3.2.7.Cambre nationale de l'artisanat et des métiers (CNAM)
 1.1.1.3.3.2.8.Office National Algérien du tourisme (ONAT)
 1.1.1.3.3.2.2.Applications Web avec gestionnaire de contenu
 1.1.1.3.3.2.2.1.Mailing
 1.1.1.3.3.2.2.2.Messagerie
 1.1.1.3.3.2.2.3.RSN
 1.1.1.3.3.2.3.Autres liens associés intégrés au contenu

1.1.2.Design graphique (GD)

1.1.2.1.Expérience d'utilisateurs (UX)

1.1.2.1.1.Lisibilité

1.1.2.1.1.1.Design adaptif

1.1.2.1.1.1.1.PC portable
 1.1.2.1.1.1.1.1.Plusieurs version différents d'une même page
 1.1.2.1.2.Facile à accéder au site depuis n'importe quelle page
 1.1.2.1.2.1. Page d'accueil
 1.1.2.1.2.1.1.Menu-Items
 1.1.2.1.2.2.Page d'entrée
 1.1.2.1.2.2.1.Menu- Rubriques
 1.1.2.1.2.3.Pied de page
 1.1.2.1.2.3.1.Tableau de bord

1.1.2.1.3.Mise en forme du texte

1.1.2.1.3.1.Couleurs

1.1.2.1.3.1.1.Couleurs des logos
 1.1.2.1.3.1.2.Couleur privilégiée
 1.1.2.1.3.1.2.1.Bleu
 1.1.2.1.3.1.3.Couleur Arrière-plan
 1.1.2.1.3.1.3.1.Blanc

1.1.2.1.3.1.4.Couleurs polyvalents

1.1.2.1.3.1.4.1.Couleurs de la nature

1.1.2.1.3.2.Taille de police

1.1.2.1.3.2.1.Taille supérieure (Grand titres)

1.1.2.1.3.2.1.1.Plus que 12 point

1.1.2.1.3.2.2.Taille standard (texte)

1.1.2.1.3.2.2.1.Egale de 12 point

1.1.2.1.3.2.3.Taille Inferieure (Menu)

1.1.2.1.3.2.3.1.Moins de 12 point

1.1.2.1.3.3.Type de police

1.1.2.1.3.3.1. Police avec empattements (serif)

1.1.2.1.3.4.Soulignage

1.1.2.1.3.4.1.Les grand titres de la page d'accueil

1.1.2.1.3.5.Emplacement

1.1.2.1.3.5.1.Gauche de la page

1.1.2.1.3.5.2.Texte partagé (par parties de la page d'accueil)

1.1.2.1.3.6.Taille de texte

1.1.2.1.3.6.1.Texte cours (moins de 4 ligne)

1.1.2.1.3.6.2.Texte long (plus de 4 ligne)

1.1.2.1.4. Mise en forme de page

1.1.2.1.4.1.L'aération de Pages

1.1.2.1.4.1.1.Pages partielles

1.1.2.1.4.1.2.Espace suffisant pour chaque partie de page

1.1.2.1.4.1.3.Texte pour une image

1.1.2.1.4.2. Nombre de pages (page d'accueil)

1.1.2.1.4.2.1.Page d'en tête (Identique)

1.1.2.1.4.2.2.Page d'actualité

1.1.2.1.4.2.3.Page de service en ligne

1.1.2.1.4.2.4.Page de l'offre promotionnel

1.1.2.1.4.2.5.Page de d'explorer l'Algérie

1.1.2.1.4.2.6.Page des chiffres clés

1.1.2.1.4.2.7.Page des événements

1.1.2.1.4.2.8.Page des publications

1.1.2.1.4.2.9.Page de médiatiques

1.1.2.1.4.2.10.Page de tableau de bord

1.1.2.1.5.Fluidité de l'information

1.1.2.1.5.1.Accès rapidement en 3 clics au min

1.1.2.1.6.Identification

1.1.2.1.6.1.Logo

1.1.2.1.6.1.1.Logo du Ministère Tutelle (MTA)

1.1.2.1.6.1.2. Logos des Portails associés

1.1.2.1.6.2.Marque du l'institution ministériel (MTA)

1.1.2.1.6.3.Signe de ville

1.1.2.1.6.3.1.Images localisés des zones touristiques

1.1.2.1.6.4.Symbole autour de la marque

1.1.2.1.6.4.1.Pièce d'argent historique

1.1.2.2.Architecture de l'information

1.1.2.2.1.Recherche par mots clé

1.1.2.2.1.1.Barre de recherche

1.1.2.2.2.1.Navigation ciblée

1.1.2.2.2.1.1.Globale

1.1.2.2.2.1.1.1.Repère persiste

1.1.2.2.2.1.2.Locale

1.1.2.2.2.1.2.1.Carte géographique

1.1.2.2.2.2.Navigation libre

1.1.2.2.2.2.1.Transversale

1.1.2.2.2.2.1.1.Hypertexte

1.1.2.2.2.2.2.Contextuelle

1.1.2.2.2.2.2.1.Hyperliens contextuels

1.1.2.2.3.Structuration

- 1.1.2.2.3.1 Héirarchique
- 1.1.2.2.3.1.1. Menu-Items
- 1.1.2.2.3.1.2. Menu-Rubriques
- 1.1.2.2.3.1.3. Tableau de bord
- 1.1.2.2.3.2. Par liens hypertexte
- 1.1.2.2.3.2.1. Interne
- 1.1.2.2.3.2.2. Externe
- 1.1.2.2.3.3. Par l'actualité
- 1.1.2.2.3.3.1. Ongle présidentiel
- 1.1.2.2.4. Catégorisation**
- 1.1.2.2.4.1. Grand public d'utilisateurs
- 1.1.2.2.4.1.1. Visiteurs
- 1.1.2.2.4.2. Cible Utilisateurs
- 1.1.2.2.4.2.1. Partenaires
- 1.1.2.2.4.2.2. Organisations touristiques et artisanaux
- 1.1.2.2.4.2.2.1. Agences de voyages
- 1.1.2.2.4.2.2.2. Hôtels
- 1.1.2.2.4.2.2.3. Restaurants
- 1.1.2.2.4.2.2.4. Complexes
- 1.1.2.2.4.2.2.5. Les parcs nationaux
- 1.2. La visibilité**
- 1.2.1. Marketing des Moteurs de Recherche (SEM)**
- 1.2.1.1. Moteurs de Recherche d'Optimisation (SEO)**
- 1.2.1.1.1. Optimisation des Médias (MO)**
- 1.2.1.1.1.1. Vidéos
- 1.2.1.1.1.2. Images
- 1.2.1.1.1.3. Caprure d'écran
- 1.2.1.1.1.4. Infographie
- 1.2.1.1.2. Optimisation des Médias sociaux (SMO)**
- 1.2.1.1.2.1. Boutons d'action (CTA)
- 1.2.1.1.2.1.1. Boutons Open graph
- 1.2.1.1.2.1.1.1. Facebook
- 1.2.1.1.2.1.1.2. Twitter
- 1.2.1.1.2.1.1.3. Youtube
- 1.2.1.1.2.1.1.4. Instagram
- 1.2.1.1.2.2. Emplacement
- 1.2.1.1.2.2.1. En bas de page (Gauche)
- 1.2.1.1.2.2.2. A la marge (Droite)
- 1.2.1.1.3. Gestion de la Relation Clients/prospects (CRM)**
- 1.2.1.1.3.1. Paramètres de Contacte**
- 1.2.1.1.3.1.1. N0 de Tel
- 1.2.1.1.3.1.2. Boite e-mail
- 1.2.1.1.3.1.3. Boite de lettre (SMS)
- 1.2.1.1.3.1.4. Adresse e-mail de contact
- 1.2.1.1.3.1.5. Adresse e-mail de site web
- 1.2.1.1.4. Contenu générés par les utilisateurs (UGC)
- 1.2.1.1.4.1. Paramètres de feedback**
- 1.2.1.1.4.1.1. Cellule d'écoute et d'orientation
- 1.2.1.1.4.1.2. E. participation
- 1.2.1.1.4.1.3. Syndication vraiment simple (RSS)
- 1.2.1.1.4.1.3.1. Barre d'Abonnement
- 1.2.1.1.5. Landing-page
- 1.2.1.1.5.1. Pertinence du mot clé-Annonce-Page de destinations
- 1.2.1.2. Moteurs de Recherche d'Acquisition / publicité (SEA)**
- 1.2.1.2. Relation public digital (DPR)**
- 1.2.1.2.1. Communiqué de presse
- 1.2.1.2.1. Publications
- 1.2.1.2.2. Evenmentiel
- 1.2.1.2.3. Newsletter (Ongle d'actualité)
- 1.2.1.2.4. Sondag

Source: Réalisation de l'auteur

إشكالات التّحاور السوسيوثقافي في ترجمة الرواية السودانية - دراسة تحليلية نقدية لنماذج مترجمة من العربية إلى الفرنسية رواية (العطر الفرنسي) أنموذجاً

يونس إسماعيل محمد يونس⁽¹⁾ حليلة الشيخ⁽²⁾

Mohammedkoka1@outlook.com

cheichhalima@yahoo.com

1- جامعة وهران 1

2- جامعة وهران 1

تاريخ القبول: 2023/10/16

تاريخ المراجعة: 2023/09/20

تاريخ الإيداع: 2023/03/26

ملخص

استناداً إلى أنموذج لورانس فينوتي (1995) في توطين الترجمة وتغريبها، ستتناول هذه الدراسة أولاً تقنيات آن شجولدجر (2008) المستخدمة في ترجمة العناصر السوسيوثقافية المختارة من رواية "العطر الفرنسي" للكشف عن الاستراتيجية الأكثر استخداماً، ومن ثم التعرف على الأسباب المحتملة وراء اختيارات المترجم. وللقيام بذلك سنقوم بإخضاع مدونتنا التي تقارن بين العناصر السوسيوثقافية المختارة من اللغة الأصل وترجماتنا، وذلك بهدف التعرف على الصعوبات التي واجهت المترجم. خلّصت الدراسة إلى أنّ معظم حالات التغريب كانت بسبب تعذر المقابل الثقافي المباشر أو انعدامه في ممارسات الهدف، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن المسافة والفجوة الثقافية بين لغتي العمل تحددان بشكل كبير اختيارات المترجم، فكلما كانت المسافة أو الفجوة الثقافية بين اللغتين كبيرة، قلت احتمالية وجود التجارب المماثلة وزادت فرص التغريب.

الكلمات المفتاحية: ترجمة، لغة، عناصر سوسيوثقافية، توطين، تغريب.

Problems of Sociocultural Dialogue in the Translation of Sudanese Novel – Acritical Analytical study of models translated from Arabic into French from (French perfume) as a case of study

Abstract

Based on Venuti's (1995) methods, this paper will firstly study the micro strategies employed by the translator in the translation of sociocultural elements of "The French Perfume" to identify Venuti's most used method according to Anne Schjoldager's (2008) taxonomy as well as revealing the possible reasons behind translator's choices. A selected corpus will be comparatively analyzed aiming to reveal the difficulties that faced the translator. The paper concluded that all foreignized cases were due to the nonexistence of direct counterparts. The results confirmed that the closer the distance the greater possibility of domestication.

Key words: Translation, language, sociocultural elements, domestication, foreignization.

Problèmes du Dialogue Socioculturel dans la Traduction du Roman Soudanais – étude analytique critique de modèles traduits de l'Arabe au français (Parfum Français) comme cas d'étude

Résumé

Basé sur l'approche de la domestication et de l'étrangéisation de Venuti (1995), cet article étudiera d'abord les micro stratégies employées par le traducteur dans la traduction des éléments socioculturels de "Le Parfum Français" pour identifier la stratégie la plus utilisée selon la taxinomie d'Anne Schjoldager (2008) ainsi que les raisons possibles derrière les choix du traducteur. Et pour ce faire, une analyse comparative va être menée visant à révéler les difficultés rencontrées par le traducteur. L'étude a conclu que tous les cas de l'étrangéisation étaient dus à l'inexistence d'équivalents directs. Les résultats ont confirmé que plus il y a de distance plus de possibilité de l'étrangéisation.

Mots-clés: Traduction, langue, éléments socioculturels, domestication, étrangéisation.

المؤلف المرسل: يونس إسماعيل محمد يونس، Mohammedkoka1@outlook.com

1- مقدمة:

مثلت الترجمة عبر التاريخ جسراً دائماً، وحلقة وصل تلبي حاجة الشعوب المختلفة للتواصل فيما بينها ثقافياً واجتماعياً وفكرياً، ويعتبر تعريف Catford (1965) الأقرب للترجمة بمفهومها العام البسيط، حيث يُعرف الترجمة على أنها عملية: "تبدل مادة نصية في اللغة المصدر بمادة نصية مساوٍ لها في اللغة الهدف"⁽¹⁾. شأنه شأن توجه اللسانيين في الترجمة يرى كاتفورد أن جوهر العملية يكمن في إيجاد المكافئات الدلالية لعناصر النص المراد ترجمته في اللغة الهدف بغض النظر عن العوامل الخارجية، والتي من المحتمل أن تؤثر على المعنى، إلا أن هذه الرؤية اللسانية بدأت تتقلص منذ بداية السبعينيات شيئاً فشيئاً لتحل محلها مقاربات جديدة والتي بدأت تعالج إشكالات الترجمة انطلاقاً من زوايا متعددة باعتبار أن عملية الترجمة عملية متكاملة تدخل في سياقها، بجانب السياق اللغوي عدة عوامل تحدد مسار المعنى، لا سيما المحيط الثقافي للألفاظ.

بدأ التوجه الثقافي في الترجمة بمفهوم التكافؤ الديناميكي الذي طوره يوجين نايدا مع تاب نيدا Nida & Taber (1969)، الذي وصفا فيه الترجمة على أنها "عملية إنتاج نص هدف أقرب ما يكون مكافئاً لرسالة النص الأصل أولاً من حيث العناصر، وثانياً من حيث الأسلوب"⁽²⁾، فالأصل في هذا التوجه هو التقيد بمسار اللغة المصدر. وعليه تختصر مهمة المترجم في إيجاد قالب مماثل لتوجهات المصدر بغض النظر عن الفوارق. بالرغم من أن نايدا وتاب لم يتطرقا في مقاربتهم بصورة مباشرة إلى مسألة الثقافة وتأثيرها على إنتاج النص وترجمته، إلا أنهما مهدا الطريق لهذا التوجه الجديد، وذلك من خلال تفسيرهما لمفهوم التكافؤ. تعود البداية الحقيقية للتوجه الثقافي إلى بداية التسعينيات، وذلك من خلال الأعمال الكبيرة التي قدمها بعض العلماء والمختصين في مجال الترجمة مثل هانس فيرمر، وأندريه لوفيفير، و سوزان باسنيث، ولا سيما ما قدمه لورنس فينوتي من خلال مفهوم اختفاء المترجم.

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة كيفية تطبيق المترجم لاستراتيجياتي التغريب والتوطين لفينوتي في ترجمته للعناصر السوسيوثقافية التي وردت في رواية العطر الفرنسي (2010) التي صدرت بالعربية للكاتب والروائي السوداني أمير تاج السر وترجمها إلى الفرنسية الكاتب والمترجم البلجيكي كازيفي لوفان. استناداً إلى استراتيجياتي فينوتي Venuti (1995) وتقنيات شجولدجر Schjoldager (2008) في الترجمة، ستدرس الدراسة أولاً التقنيات المستخدمة بغرض الكشف عن الاستراتيجيات الأكثر توظيفاً وفقاً لهذه التقنيات، وذلك لمعرفة الدوافع والأسباب المحتملة وراء هذه الاختيارات. وبناءً على ذلك سنقوم بتسليط الضوء على الفجوة الثقافية، والبعد الجغرافي بين لغتي العمل، باعتبارهما عاملين مهمين قد يكون لهما تأثير غير مباشر على اختيارات المترجم.

وللقيام بذلك سنقوم بإخضاع مدونتنا التي تقارن بين العناصر السوسيوثقافية المختارة من اللغة الأصل وترجماتها، وذلك بهدف التعرف على الصعوبات التي واجهت المترجم والوصول إلى بعض النتائج التي قد تسهم في التغلب على المعوقات التي تواجه المترجم الأدبي.

2- اللغة والثقافة والترجمة:

تعتبر العلاقة بين اللغة والثقافة في غاية التعقيد، فهناك من يرى تبعية الثقافة للغة، وهناك من يرى بأن اللغة هي أحد العناصر الرئيسة التي تشكل المنظومة الثقافية على غرار كلود ليفي ستروس "Strauss" (1958) الذي يعتبر الثقافة على أنها "مجموعة أنظمة تأتي فيها اللغة في المرتبة الأولى، وقواعد الزواج، والعلاقات الاجتماعية،

والفنون، والعلوم، وتهدف كل عناصر هذه المنظومة التعبير عن بعض جوانب الواقع المادي والاجتماعي⁽³⁾. بالرغم من اختلاف الآراء حول وضعية المفهومين، إلا أنه يمكن القول بأن الثقافة واللغة لا يمكن فصلهما؛ وذلك لتكاملية العلاقة القائمة، واعتماد كل مفهوم على الآخر. فاللغة والثقافة جزء لا يتجزأ تنشأ وتترعرع في وقت واحد، وأن ما يهمنا هنا هو الدور المهم الذي تلعبه الثقافة في عملية تشكيل وتفسير المعنى باعتبارها محيطاً خارجياً للسياق اللفظي وتأثيره على نقل المعنى في العملية الترجمة.

تتطلب عملية الترجمة بصورة عامة في أن ينتج المترجم نصاً هدفاً أقرب ما يكون للنص الأصل من حيث المعنى والتعبير، إلا أن إحداث هذا التقارب وتطبيقه على المستوى العملي يُعدّ أمراً في غاية التعقيد، بسبب الاختلاف والتميز على مستوى اللغات والتجارب المجتمعية كما تقول سوزان باسنيث "Bassnett" (2005): "إنه ليس بالإمكان أن نجد لغتين تتشابهان لدرجة تكفي بأن نعدّهما تمثلاً واقعياً اجتماعياً مماثلاً؛ لأن العوالم التي تعيش فيها المجتمعات عوالم مختلفة متميزة ولا تمثل عالماً واحداً بمسميات مختلفة"⁽⁴⁾، وهذا التباين هو سبب أساسي في اختلاف طريقة تصور المجتمعات للأشياء التي تحيط بها، وبالتالي أن اعتبار الاختلاف الثقافي بجانب الفوارق اللغوية يُعدّ أمراً مهماً لا سيما في ترجمة النصوص الأدبية.

ولهذا السبب زاد التركيز مؤخراً على المقاربات التي تركز على البعد الثقافي في معالجتها لإشكاليات الترجمة على حساب المقاربات اللسانية بعد أن أثبتت عدم فاعليتها وجدواها في معالجة الصعوبات التي تواجه المترجمين لا سيما في ترجمة النصوص الأدبية. ولأهمية هذا الجانب لا يعتقد لارسون (1988) "Larson" أن بإمكان المترجم القيام بمهامه وإحداث نفس الأثر الذي أراده المؤلف في النص الأصل ما لم يكن بجانب معرفته للغتين والموضوع الذي يترجمه، ملماً إماماً دقيقاً بثقافة اللغتين، حيث يقول في هذا الإطار "يجب على المترجم معرفة الموضوع الذي هو بصدد ترجمته، ومعرفة كذلك ثقافة رسالة الأصل وثقافة اللغة التي يترجم إليها"⁽⁵⁾.

3- المقاربة الثقافية في الترجمة:

ظلّ التوجه اللساني حتى عهد قريب يسيطر على المفهوم الترجمي بمستوييه النظري والعملي، ووفقاً لهذه النظريات، تتلخص النقطة الجوهرية للعملية الترجمة في إيجاد تكافؤ دلالي للعناصر المُشكّلة للنص الأصل في النص الهدف مع الالتزام الكامل بالمقتضيات الصرفية والنحوية للغتين، إلا أن هذه النظرة بدأت تتغير، وذلك بسبب عدم فاعلية التكافؤ المعجمي وعجزه أحياناً عن تغطية كل جوانب المعنى المراد كما يقول أبو عودة في هذا السياق "المعنى لا يمكن معالجته من زاوية واحدة، الدلالة المعجمية للمفردة لا تمثل إلا جانباً واحداً من دلالاتها"⁽⁶⁾.

بدأ التحول الحقيقي في هذا الاتجاه بمفهوم التكافؤ ليوجين نايدا (1964)، الذي يميز بين نوعين من التكافؤ: التكافؤ الشكلي والتكافؤ الديناميكي. فمفهوم نايدا في التكافؤ يركز بشكل أساسي على ضرورة أن تحدث الترجمة في النص الهدف نفس الأثر الذي جاء في النص الأصل بحيث يعيش قارئ النص المترجم نفس الشعور الذي عاشه قارئ الأصل. لم يكن نايدا الوحيد الذي اهتم بهذه المسألة، فهناك من شاركه المفهوم مثل Jacobson (1965) من خلال مفهومه للتكافؤ السيميائي، وكذلك كاتفورد بمقارنته القائمة على التكافؤ اللساني. تطور المفهوم ليشمل أبعاداً أخرى لم تضع لها اعتباراً من قبل في عملية الترجمة، فوضعت جوليان هاوس House (1977) نظريتها في التكافؤ والتي تقوم على الترجمة الظاهرة والترجمة المستترة، إلا أن

مقاربة التكافؤ الأكثر مرونة هي تلك التي وضعها فيرنر كولر (1989) وذلك لتناولها للإشكالية الترجمية بطريقة مغايرة ومعالجتها من خلال زوايا مختلفة، أهمها السياق الخارجي لعناصر النص ودلالاتها بجانب القواعد اللغوية. كشف الاهتمام الكبير الذي أولاه الباحثون والمختصون لدراسة المجال مدى تأثير السياق الخارجي على عملية تشكيل المعنى وتفسيره، كما كشف أيضاً قصور المقاربات التي تتمحور حول مفهوم التكافؤ في تقديم شرح كافٍ يستوعب إشكاليات الترجمة بكل أبعادها. هذا القصور من جانب المقاربات المذكورة آنفاً دفع المختصين إلى البحث عن تطوير مفاهيم جديدة أكثر شمولاً مع التركيز على العناصر غير اللغوية المحيطة بالنص ودورها في تشكيل المعنى على مستوى النص الأصل وأثره في عمليات النقل باعتبار أن دلالة أي كلمة أو أي تعبير تتشكل من سياقين لا يمكن فصلهما، سياق تمثله العناصر اللغوية، وسياق تمثله البيئة المحيطة بهذه العناصر، وهذا ما ذهبت إليه الشيدي (2011)، حيث ترى أن المعنى يتكون من سياقين: "سياق داخلي أو سياق التلفظ ويتمثل في عناصر اللغة وكيفية تتابعها في الصياغة والتركيب، وسياق خارجي يمثل مجموع الملابس الخارجية" (7). يركز التوجه الجديد على وضع الترجمة في سياق ثقافي أوسع، خلافاً لمفهوم التكافؤ الذي سيطر على الفضاء الترجمي منذ الستينيات.

بدأ التحول الثقافي في الترجمة بالأفكار التي طرحها كل من أندريه لوفيفير وسوزان باسنت في كتابهما الذي أصدره عام 1990 بعنوان "الترجمة والتاريخ والثقافة" حيث أشار فيه المؤلفان بشكل صريح إلى مفهوم هذا التحول الجديد الذي وصفاه "بالتحول الثقافي في الترجمة". خلافاً للمقاربات التقليدية، تركز المقاربة الثقافية على أهمية السياق الخارجي والتفسير الثقافي للنصوص ذات أبعاد ثقافية، وتأثير ذلك على العملية الترجمية.

4- اختفاء المترجم وعلاقته بالتوطين والتغريب لفينوتي:

اختفاء المترجم هو المفهوم الذي تناوله فينوتي في كتابه اختفاء المترجم: تاريخ الترجمة الذي صدر بالانجليزية عام 1995، كدراسة تاريخية جدلية لماضي الترجمة والتشكيك في الشرعية الهامشية التي فرضتها الثقافة الأنجلو أمريكية على الترجمة، وذلك من خلال رصد الأحوال والظروف التي تحيط بعمل المترجم. وكان الهدف من طرح المفهوم هو تشخيص الوضع الثقافي القائم تشخيصاً نقدياً وتسلط الضوء على وضع المترجم بناءً على ما يجري من حوله من تطورات ثقافية واجتماعية وسياسية، بجانب لفت الانتباه إلى الدور المهم الذي تلعبه الترجمة في الإثراء والتبادل الثقافي.

الاختفاء هو المصطلح الذي وظفه فينوتي لوصف حالة المترجم ونشاطه وتموضعه في الثقافة الأنجلو أمريكية المعاصرة. ووفقاً لفينوتي "Venuti" (1995) فإن ظاهرة الاختفاء يمكن أن تتحقق بطريقتين: "الطريقة الأولى تتمثل في الانطباع المضلل الذي يوحي به النص المترجم نتيجة تلاعب المترجم باللغة الإنجليزية، أما الثانية فتتحقق من خلال الطريقة التي يُقِيم بها قراءة وتقييم الترجمات" (8). ولابد من الإشارة هنا إلى الدور الذي يلعبه الناقدون والناشرون والقراء في تعزيز هذا المفهوم من خلال ميولهم إلى تفضيل الترجمات التي لا تتضمن عناصر غريبة، أو أساليب لغوية غير مألوفة وهو ما يصفه فينوتي بالشفافية الزائفة.

ووفقاً لفينوتي، فإن وهم الشفافية أو الشفافية الزائفة هي حالة من الإيحاء يبدو فيها النص المترجم كالنص الأصل من خلال إعادة إنتاج النص الأجنبي الغريب باستخدام اللغة بتركييب مألوفة، وأساليب تتفق مع توجهات وثقافة اللغة المنقول إليها، مما يؤدي إلى اختفاء المترجم ودوره في عمليات النقل والترجمة "كلما زادت طلاقة

الترجمة زاد اختفاء المترجم وزاد ظهور الكاتب ومعنى النص الأجنبي⁽⁹⁾. وعليه يمكن القول بأن ظاهرة الاختفاء الناتجة عن اختيارات المترجم لوضعه في عملية الترجمة هي التي تحدد توطين النص أو تغريبه.

استوحى فينوتي أفكاره في التغريب والتوطين من فلسفة فريدريك شليرمacher الذي ميز من قبل بين مسارين في الترجمة: إما أن يُترك كاتب النص في سلام ويُقرب إليه القارئ وهذا ما يعتبره فينوتي تغريباً، أو يُترك القارئ في سلام ويُقرب إليه الكاتب، وهذا ما يعتبر توطيناً في نظر فينوتي. وفقاً لفينوتي فإن استراتيجية التغريب تعزز الاختلاف الثقافي للنص الأجنبي من خلال تضمين العناصر والتراكيب الأجنبية في النص الهدف، بخلاف استراتيجية التوطين التي تحاول إخفاء أي شيء قد يبدو غير طبيعي للجمهور المستهدف من خلال تقليص الاختلافات، وإعطاء انطباع وهمي بأن النص الذي بين يدي القارئ ليس بترجمة وهذا ما لا يؤيده فينوتي. يعرف فينوتي استراتيجية التوطين والتي تركز أساساً على ثقافة الأصل على أنها: "اختزال عرقي للنص الأجنبي إلى القيم الثقافية للغة الهدف، وهذا من شأنه أن يُعيد المؤلف إلى موطنه، بينما تتم استراتيجية التغريب عن طريق ضغط عرقي على تلك القيم لإبراز الاختلاف الثقافي للنص الأجنبي، مما يؤدي إلى إرسال القارئ إلى الخارج"⁽¹⁰⁾.

5- تقنيات شجولدر:

استلهمت شجولدر تقنياتها الترجمة من نموذج ديرك ديلاباستيتا Delabastita (1993) واستراتيجيات فيني ودرابلني Vinay & Darbelnet (1995)، حيث يقدم ديلاباستيتا في كتابه الذي جاء تحت عنوان "هناك لسان مزدوج" نموذجاً من خمس استراتيجيات ترجمة وهي: (الاستبدال، والتكرار، والحذف، والتقليب، والإضافة)⁽¹¹⁾، بينما يقترح فيني ودرابلنت في نموذجهما سبع استراتيجيات ثلاث منها للترجمة المباشرة: (الاقتراض، والنسخ، والترجمة الحرفية)، وأربع للترجمة غير المباشرة (النقل، والتعديل، والتكافؤ، والتكييف)⁽¹²⁾.

تميز شجولدر (2008)، في كتابها "فهم الترجمة" بين نوعين من الاستراتيجيات: "استراتيجيات عامة macrostrategies وتحدد اختيارات المترجم على المستوى العام وتنقسم بدورها إلى قسمين: استراتيجية موجهة نحو النص المصدر وأخرى موجهة نحو النص الهدف. ما يهمنا في هذه الدراسة هو النوع الثاني الخاص بالاستراتيجيات الجزئية microstrategies وهي تقنيات يستعين بها المترجم لحل إشكاليات الفهم والتحليل أثناء عملية الترجمة، وتوظف في ترجمة الكلمات والجمل والتعابير"⁽¹³⁾.

بمعزل عن استراتيجياتها الثلاث الخاصة بها، يعتمد نموذج شجولدر الذي يتكون من اثنتي عشرة استراتيجية أساساً على النموذجين المذكورين أعلاه، وهذه الاستراتيجيات هي: (النقل المباشر، والنسخ، والترجمة المباشرة، والترجمة غير المباشرة، والتكييف، والإضافة، والاستبدال، والحذف)، بالإضافة إلى استراتيجياتها الثلاث: (التقليب، والتصريح، والتعديل).

6- تقديم الرواية والكاتب والمترجم:

تعدُّ رواية "العطر الفرنسي" واحدة من أفضل روايات الكاتب وأنموذجاً برّاقاً تعكس عبقرية الكاتب وذوقه الأدبي الرفيع. تبدأ الرواية بطابعها الدرامي بخبر وصول نجمة فرنسية للإقامة في حي "غائب" الشعبي في إحدى المدن السودانية النائية لكتابة بحث علمي، لا أحد يعرف ماهيته أو أسبابه، يلتقط بطل الرواية "علي جرجار" الخبر ويصارع لنقله إلى سكان حي غائب بعد أن يضيف إليه الكثير من المحسنات ليجعل منه خبراً مشوقاً يستحق

النقل. تحدث أثناء الانتظار تداعيات وتطورات كثيرة غير متوقعة منها وقوع "علي جرجار" في حب النجمة الفرنسية المتوقع وصولها، وبسبب ذلك الحب الوهمي يتخلى "جرجار" عن نمط حياته القديم، ويحاول بناء شخصية جديدة تتماشى مع حياة النجمة، وليكون مستعداً لقبول الزواج من الفرنسية بعد أن تخيل أنها ستقع في حبه وتطلب يده.

أما كاتب الرواية فهو الروائي والشاعر السوداني أمير تاج السر الذي وُلِدَ بكرمكول بشمال السودان عام 1960م. نالت أعماله الأدبية اهتماماً كبيراً في الأوساط الأدبية والنقدية، كما حققت شهرة عالمية، بعد ترجمة معظمها إلى الكثير من اللغات الحية منها الإنجليزية والفرنسية والإيطالية. أولى أعماله الروائية هي رواية "كرمكول" التي حملت اسم قريته. وصلت روايته "صائد اليرقات" إلى القائمة القصيرة لجائزة بوكرك العربية 2011م، كما وصلت روايته "زهور تأكلها النار" إلى القائمة القصيرة للجائزة العالمية للرواية العربية 2018م وأهم أعماله: سماء الياقوت، صائد اليرقات، منتجج الساحرات، غضب وكنداكات، مهر الصباح، زحف النمل، توترات قبضي، والعطر الفرنسي.

أما مترجم الرواية فهو الكاتب والمترجم البلجيكي كزافيي لوفان الذي يعمل أستاذاً محاضراً للغة والأدب العربي بقسم اللغة العربية وآدابها بجامعة بروكسل الحرة، ويُعدُّ من أهم الوجوه البارزة للاستعراب في بلجيكا. وهو متخصص في الفنون والثقافات الشرقية بجانب انشغاله الأكاديمي ومهتم أيضاً بمظاهر الاحتكاك بين الثقافة العربية والثقافات الأفريقية على الصعيد اللغوي. أصدر كزافيي كتابين مهمين هما: "حكايات بروكسيلية من كل أنحاء العالم" و "حكاية عشيق غريب" وله إسهامات مهمة في الترجمة، حيث ترجم العديد من الأعمال الأدبية لكتاب سودانيين ومصريين ولبنانيين.

7- تحليل النماذج:

الجدول 01:

لغة الهدف	لغة الأصل
Des jalousies évidentes, quelqu'un dit même très franchement, que Chaker Tais, lui qui n'arrive encore jamais goûté à l'eau de Zamzam, ne méritait pas cette jolie gazelle . (Le Parfum Français, 2010 : 116).	عبارات حسد واضح، قال أحدهم بصوت صريح، إن شاكر تعيس الذي لم يذق ماء زمزم حتى الآن، لا يستحق هذه الطيبة. (العطر الفرنسي، 2010: 112).

في النموذج أعلاه، اعتمد المترجم على تقنيتي الترجمة المباشرة والتصريح في نقله للتعبير الذي ورد في الأصل "هذه الطيبة" والذي نقله إلى الفرنسية "cette jolie gazelle" حيث يلاحظ أن كلمة الطيبة تُرجمت وفقاً لمكافئتها الدلالية وأضيفت إليها صفة الجمال التي ضمنها السياق، ولم ترد صراحة في التعبير في الأصل، وبذلك يكون المترجم قد لجأ إلى استراتيجية التغريب.

باعتماده على استراتيجية التغريب في نقل هذا المعنى، استطاع المترجم أن يظهر الطبيعة المختلفة ثقافياً للغة المصدر، وحافظ على الروح الثقافية للنص الأصل في النص الهدف، وبهذا الاختيار من المحتمل أن يكون لدى المتلقي وعي بأن النص قد كتب بلغة وثقافة تختلف عن لغته وثقافته وتم نقله إليه عن طريق الترجمة.

الجدول 02:

لغة الهدف	لغة الأصل
Lorsque ta paume aura cessé de transpirer et que tu mangeras sans attraper d'ingestion reviens me voir. Mais maintenant va-t'en... Va-t'en. (Le Parfum Français, 2010: 22).	حين تجف كفك من العرق وتأكّل بلا عسر هضم تعال هنا.. والآن اذهب.. اذهب. (العطر الفرنسي، 2010: 24).

في هذا النموذج وظّف المترجم استراتيجية التغريب في نقله لمعنى التعبير الاصطلاحي الذي ورد في الأصل "حين تجف كفك من العرق وتأكّل بلا عسر هضم" إلى الفرنسية "lorsque ta paume aura cessé de transpirer et que tu mangeras sans attraper d'ingestion" حيث يلاحظ أن المترجم من خلال استخدامه لتقنية الترجمة المباشرة، ترجم كل العناصر اللغوية في اللغة المصدر تقريباً بمقابلاتها اللغوية كلمة بكلمة من دون أي حذف أو تعديل أو إضافة.

فالمعنى المقصود من هذا التعبير الاصطلاحي الذي أورده الكاتب على لسان العرافة هو "رغد العيش" أي بمعنى "عدّ إلي عندما يتحسن وضعك المادي" فيبدو أن المترجم فضل الالتزام بمقتضيات ثقافة الأصل على التباس المعنى وغموضه وأنتج على إثره نصاً لا يبدو طبيعياً في اللغة الهدف، باعتبار أن الأسلوب التعبيري خاص بثقافة الهدف.

بإبقاء التعبير على صيغته الأجنبية في النص الهدف، يمكننا القول بأن المترجم قد أسهم بذلك في إفهام المتلقي بأن النص الذي بين يديه كُتب بثقافة أخرى، وأنه متاح بفضل الترجمة، إلا أن استراتيجية التغريب أنتجت صورة غير واضحة للمعنى في النص الهدف.

الجدول 03:

لغة الهدف	لغة الأصل
Malgré moi, je me trouvais en train de pointer du doigt cette jeune fille anémique tout en disant « celle-ci » tandis qu'elle souriait, ajoutant encore du piment à notre conversation. (Le Parfum Français, 2010 : 80).	ورغمًا عني وجدت يدي تشير إلى فتاة الأنيميا وأنا أقول "هذه"، وكانت تبسم مضيفة إلى حوارنا بهاراً مرًا. (العطر الفرنسي، 2010: 78).

استندت عملية النقل في المثال أعلاه على أسلوب التكيف، حيث ترجم الناقل التعبير الذي ورد في الأصل "بهاراً مرًا" إلى الفرنسية "piment". فيلاحظ أن عملية الترجمة هنا لم تقم على المقابل الدلالي للعناصر المكونة للنص الأصل، فالمترجم لم ينقل التعبير "بهاراً مرًا" نقلاً حرفياً، ولم يستخدم ما يقابله "épice amère" في اللغة الهدف، بل وظّف بدلاً عن ذلك كلمة "piment" والتي تعني الفلفل. وأدى تطبيق تقنية التكيف من خلال ترجمة "بهاراً مرًا" بـ "piment" إلى توطين النص.

إذا قارنا بين النص الأصل والترجمة نلاحظ أن هنالك اختلافاً على مستوى المعنى، فالكاتب استخدم هذه الجملة للتعبير عن حالة الغضب التي انتابت بطل الرواية بسبب قدوم هذه الضيفة غير المرحب بها، إلا أن هذه الصورة السلبية لم تتوفر في النص المترجم، فالمطلع على الترجمة يجد أن الشعور كان طبيعياً في نص الهدف. يمكننا القول بأن أسلوب الترجمة كان مراعيًا لشعور القارئ ولطرائق التعبير والاستعمالات المألوف في اللغة المنقول إليها، إلا أن الترجمة أفقدت التعبير جزءاً من معناه، وحجبت عن النص خصائصه المميزة.

الجدول 04:

لغة الهدف	لغة الأصل
en chuchotant : Ta paume transpire Ali, une plante pousse dans ton dos , et de grands yeux te surveillent de loin. (Le Parfum Français, 2010 : 21-22).	همست: كفك عرقانة يا علي، زرعك نابت في ظهرك، وذات العينين الواسعتين تراقبك من بعيد. (العطري الفرنسي، 2010: 23).

يلاحظ في النموذج الذي نحن بصدد تحليله، أن التعبير الذي أورده الكاتب "كفك عرقانة يا علي، زرعك نابت في ظهرك" تم نقله حرفياً إلى الفرنسية "ta paume transpire Ali, une plante pousse dans ton dos" فالمترجم هنا فضل تغريب النص باعتماده على أسلوب الترجمة المباشرة بترجمته لكل العناصر اللغوية في لغة المصدر بمقابلاتها اللغوية المباشرة عنصر بعنصر من دون حذف أو تعديل أو إضافة؛ لينتج بذلك نص هدف متكافئ دلاليًا مع المصدر.

كان الهدف من إيراد الكاتب لهذين التعبيرين الاصطلاحيين "كفك عرقانة" و"زرعك نابت في ظهرك" هو تسليط الضوء على الأساليب التعبيرية الخاصة بالمنجمين والعرفات، ففي ثقافة المنجمين السودانيين يدل عرق الكف على الرفاهية ورغد عيش صاحبها، بينما يعتبر ظهور النبت في الظهر بشارة بالذرية والإنجاب. استطاع المترجم في هذا المثال عن طريق النقل بالإغراب أن يحافظ في ثقافة الهدف على السمات المميزة للنص الأجنبي المتمثلة في الصور والأساليب والقيم، واستطاع كذلك أن يُشعر قارئ النص الهدف بالغربة الثقافية، إلا أننا إذا أمعنا النظر نلاحظ أن الترجمة لا تضمن نقل المعنى إلى المتلقي بوضوح، فالترجمة هنا في رأينا كانت بحاجة إلى بعض الشرح والتفسير لتتضح صور هذه التعابير الاصطلاحية لدى القارئ الأجنبي غير المطلع على ثقافة الأصل.

الجدول 05:

لغة الهدف	لغة الأصل
Zahourat l’Ethiopienne se tenait maintenant debout devant moi, tel un cauchemar, le visage amer , ses espoirs déçus depuis bien longtemps. (Le Parfum Français, 2010 : 22).	كانت الاثيوبية زهورات الآن واقفة مثل هاجس. وجهها مر، وآمالها التي تحطمت منذ وقت بعيد. (العطري الفرنسي، 2010: 24).

ترجم المترجم في المثال أعلاه التعبير الثقافي الذي عبر عنه الكاتب "وجهها مر" عن طريق الترجمة المباشرة "le visage amer" حيث حافظ المترجم على البنية اللغوية والأسلوب التعبيري للغة المصدر في اللغة الهدف مؤظفاً في ذلك استراتيجية التغريب.

يعتبر التعبير "وجهه/وجهها مر" بمعنى عابس أو متجهم، تعبيرا شائع الاستخدام لدى مجتمع الأصل، حيث يستخدم كأسلوب من أساليب عدم الترحاب والرفض الضمني، لا سيما عند الاستقبال، كأن يقول الشخص مثلاً: قابلني بوجه مر. اختار المترجم استراتيجية التغريب وأبقى الروح الثقافية للنص المصدر بالمحافظة على التعبير في صيغته الأصلية، وهو يعرف بذلك القارئ غير المطلع على ثقافة المصدر بأساليب تعبير الثقافة التي يقرأ عنها.

مع هذا الاختيار أظهر المترجم الطبيعة المختلفة ثقافياً للغة المصدر، ومن المحتمل أن يكون لدى القارئ وعي بأن النص قد كُتب بلغة وثقافة تختلف عن لغته وثقافته، وتم نقله بفضل الترجمة، إلا أن بهذا الاختيار من المحتمل ألا يكون لدى جمهور الهدف فكرة واضحة عن دلالة مرارة الوجه بسبب الاختلاف الثقافي.

الجدول 06:

لغة الهدف	لغة الأصل
MounemShamaa, le vendeur des sacs toujours sur le point de partir en voyage ou de retour de voyage, en tant que notable du quartier dont par ailleurs la boutique abritait certainement un parfum agréable ou une statuette en bronze que l'on pourrait offrir à l'invitée. (Parfum Français, 2010 : 13).	منعم شمعة تاجر شنطة المسافرين دائماً، أو العائد من سفر، بوصفه واحداً من وجهاء الحي، وحيث محله التجاري، قطعاً يضم عطراً سلساً أو تمثالاً من البرونز يمكن أن يقدم هدية للضييفة. (العطر الفرنسي، 2010: 13).

حاول المترجم في هذا النموذج، الاعتماد على أسلوب الترجمة المباشرة عند نقله للتعبير الأصل "تاجر شنطة" والذي نقله إلى الفرنسية نقلاً دلاليًا مباشراً "le vendeur des sacs" بمعنى تاجر حقائب موظفاً في ذلك استراتيجية التغريب.

يبدو من النظرة الأولى أن اختيار المترجم لاستراتيجية التغريب أمرٌ اعتيادي، إلا أن الناظر بإمعان في النصين يجد اختلافاً كبيراً على مستوى المعنى، فعبارة "تاجر شنطة" التي وظفها الكاتب لوصف منعم شمعة هو تعبير شائع الاستخدام في مجتمع الأصل لوصف فئة معينة من التجار ولا علاقة للأمر بتجارة الحقائب، وهذا ما يوضحه السياق خلافاً للمعنى الوارد في الترجمة.

استطاع المترجم باختياره لاستراتيجية التغريب، أن يلتزم بمقتضيات اللغة المصدر، وحافظ على خصوصيتها ومميزاتها، كما استطاع أيضاً بأن يشعر القارئ بأن النص الذي بين يديه كُتب بثقافة أخرى، إلا أن هذا الأسلوب أدى في المقابل إلى تغيير المعنى في النص الهدف، وكان السبب في اعتقادنا، نابغاً من عدم تكمن المترجم من فهم البعد الثقافي للنص.

الجدول 07:

لغة الهدف	لغة الأصل
Il était certain que les habitants du quartier ne comprendraient pas grand-chose à ces énigmes lorsqu'il leur rapporterait telles qu'il les avait entendues, mais il allait les épicer, les saler, leur donner du gout en y ajoutant quelques détails de son cru de les confier aux oreilles de microphone. (Le Parfum Français, 2010 : 8).	بالأكيد لم يستوعب سكان الحي كل تلك الغوامض حين ينقلها لهم كما سمعها، لكنه سيهرها، ويملحها، ويطعمها تفاصيل أخرى من عنده، قبل أن يلقي بها في أذن المايكروفون. (العطر الفرنسي، 2010: 8).

اعتمد المترجم في هذا المثال على أسلوب الترجمة المباشرة في نقل عناصر التعبير الذي أورده الكاتب لوصف أسلوب بطل الرواية في نقل الأخبار إلى حي غائب " لكنه سيهرها، ويملحها، ويطعمها" إلى الفرنسية "mais il allait les épicer ; les saler ; leur donner du gout" فضل المترجم هنا الإغراب باعتماده على أسلوب الترجمة المباشرة، حيث ترجم تقريباً كل العناصر اللغوية الواردة في المصدر بمقابلاتها الدالية كلمة بكلمة من دون أي حذف أو تعديل أو إضافة.

وباعتماده على استراتيجية التغريب وبتضمينه تعابير أجنبية في اللغة المنقول إليها، استطاع المترجم أن يحافظ في النص الهدف على السمات المميزة للنص الأجنبي، كما سمح أيضاً للقارئ بالسفر ثقافياً إلى مجتمع آخر غير المجتمع الذي يعيش فيه، وعرفه بعادات وتقاليد جديدة تختلف عن عاداته وتقاليد. من خلال النقل بالإغراب تمكن المترجم من إبقاء الروح الثقافية للنص الأصلي في ثقافة جمهور الهدف، إلا أن الترجمة في المقابل لم تراعى شعور المتلقي وأساليب التعبير المألوفة في الثقافة المنقول إليها.

الجدول 08:

لغة الهدف	لغة الأصل
Ce policier qui arrête les voitures sans raison s'appelle AwadallahKouwa, on le surnommeAwadAl Minshar, regarde comme il fourre les bakchichs dans ses poches. (Parfum Français, 2010 : 127).	هذا الشرطي الذي يوقف السيارات بلا سبب اسمه عوض الله كوة ويلقبونه بعوض المنشار، انظري كيف يدس الرشوة في جيبه. (العطر الفرنسي، 2010: 123).

في هذا المثال نقل المترجم التعبير "ويلقبونه بعوض المنشار" إلى الفرنسية عن طريق النقل المباشر "on le surnomme Awad Al Minshar" فنلاحظ أن المترجم هنا لم يقم بترجمة كلمة المنشار بمقابلها الدلالي "la scie" اعتقاداً منه بأن الكلمة مجرد لقب لعوض الله كما وردت في صياغ الأصل، ويكون بذلك قد عمل المترجم على تغريب المفردة بتطبيق تقنية النقل المباشر.

تعتبر كلمة المنشار الواردة في النص شائعة الاستخدام في ثقافة الأصل بمعنى التلهف في جمع الأموال بغض النظر عن شرعيتها، فالكاتب أراد من خلال توظيفه لهذه الكلمة تسليط الضوء على جانب من الجوانب المظلمة لهذه المؤسسة المتمثل في نقشي ظاهرة الارتشاء وسط منسوبيها، فإذا أمعنا النظر في سياق الجملة نجد أن للكلمة دلالة أخرى ضمنية غير الدلالة التي وقف عندها المترجم.

استطاع المترجم باختياره لاستراتيجية التغريب، أن يلتزم بمقتضيات اللغة المصدر، وحافظ على خصوصيتها ومميزاتها، كما استطاع أيضاً بأن يُشعر القارئ بأن النص الذي بين يديه كُتب بثقافة أخرى، إلا أن هذا الأسلوب أدى في المقابل إلى إخفاء أثر الرسالة وحال دون وصول المعنى إلى جمهور الهدف بالطريقة التي أرادها الكاتب، وعليه كانت الترجمة في رأينا بحاجة إلى الإيضاح أو التفسير.

الجدول 09:

لغة الهدف	لغة الأصل
De l'arak frais, Ali. Fait avec des lettres du nord, Ali. De l'alcool, Jarjar. (Le Parfum Français, 2010 : 24).	عرق طازج يا علي.. من بلح الشمال يا علي.. بوظة يا جرجار. (العطر الفرنسي، 2010: 25-26).

في النموذج أعلاه ترجم المترجم عن طريق تقنية التكيف كلمة "بوظة" التي وردت في الأصل إلى الفرنسية "alcool" حيث يلاحظ أن المترجم اعتمد هنا على المعنى السياقي للكلمة ربما لتعذر المقابل الدلالي المباشر في اللغة الهدف، وهذا ربما دفعه إلى اللجوء إلى استراتيجية التوطين في عملية نقل المعنى.

بوظة الذي يُعتقد أن أصولها فرعونية، نوع من أنواع المشروبات الكحولية، وتوجد في العديد من الدول العربية والمتوسطة وتختلف مكوناتها من دولة إلى أخرى، فهي مشروب كحولي شعبي عند ثقافة الأصل وتصنع أساساً من البلح.

بتوظيف كلمة "alcohol" والتي تعني الخمر على نهج التعميم لنقل معنى كلمة "بوطة" التي لم يكن لها مرادف واضح في ثقافة الهدف، جعل المترجم النص الأجنبي طبيعياً في ثقافة الهدف وأبعد عنه أي إشكال ثقافي يمكن أن يحدث عند الترجمة، وبذلك استطاع أن ينتج نصاً مقبولاً وأن يرفع كل ما من شأنه أن يسبب غموضاً للقارئ، إلا أن مقبولية النص الهدف ومقروئيته أفقدت النص الأصل جزءاً من خصوصيته ومميزاته.

الجدول 10:

لغة الهدف	لغة الأصل
Le jour de son ouverture, il avait baptisé son magasin "Talagit", puis il le changea en « Bon marché et cher ». (Le Parfum Français.	كان قد سمى المكان عند افتتاحه، تلاقيط ثم عاد وغيره إلى "رخيص وغالي". (العطر الفرنسي، 2010: 26).

أن كلمة "تلاقيط" الواردة في النموذج الحالي كانت تطلق قديماً في الثقافة السودانية على نوع معين من المحال التجارية التي تتميز بتنوع الأصناف، وهو ما يمكن أن يوازي اليوم مفهوم المجمعات التجارية المتكاملة. وأصل هذه الكلمة في اللغة العربية من الفعل "يلقط" أي يأخذ من الأرض بلا تعب كما ورد في قاموس معجم المعاني الجامع.

اعتمد المترجم على أسلوب النقل المباشر في نقل اللفظة التي وردت في الأصل اسماً للمكان وترجمها كما هي في الأصل "Talagit" مستعملاً في ذلك استراتيجية التغريب. واستطاع أن يدرك بذلك المعنى الظاهر للكلمة، إلا أنه لم يتبين فعلاً مراد الكاتب من توظيفها وأهميتها الثقافية وارتباطها الضمني بمجريات الرواية.

عمد المترجم هنا إلى أسلوب النقل المباشر ربما مراعاة لثقافة الأصل والمحافظة على عناصرها وخصوصية لغتها ومميزاتها، كما استطاع أيضاً أن يشعر القارئ بأن النص الذي بين يديه كتب بثقافة أخرى، إلا أن هذا الأسلوب أدى في المقابل إلى إخفاء أثر الرسالة، وحال دون وصول المعنى إلى جمهور الهدف بالطريقة التي أرادها الكاتب. وعليه كانت الترجمة في رأينا بجانب محافظتها على الجانب الغرائبي للنص الأصل بحاجة إلى الإيضاح والتفسير.

الجدول 11:

لغة الهدف	لغة الأصل
Puis je dis au plus jeune: que Dieu vous protège . J'étais sur le point de dire la meme chose à ses filles, mais je me souviens qu'Al-Nabawi n'en avait pas. (Parfum Français, 2010: 51-52).	قلت لأخيه الأصغر: احسن الله عزاءكم، وكدت أقوله لبناته، لولا أنني تذكرت أن النبوي كان بلا بنات. (العطر الفرنسي، 2010: 51-52).

في النموذج أعلاه نقل المترجم عن طريق الترجمة غير المباشرة التعبير " احسن الله عزاءكم" إلى الفرنسية "que Dieu vous protège" معتمداً في ذلك على المعنى السياقي، فنلاحظ أن التعبير المترجم لا يتضمن ترجمة حرفية للعناصر المكونة للنص المصدر، حيث عبر الناقل عن المعنى في النص الهدف بشكل مختلف من حيث الكلمات المستخدمة، ويكون بذلك قد وظف استراتيجية التوطين.

يتجلى في هذا المثال، مظهر من مظاهر الممارسات الدينية في ثقافة الأصل، فالتعبير الذي أورده الكاتب هو تعبير شائع الاستخدام في المجتمعات الإسلامية كدعاء يُقال لتعزية أهل الميت بمعنى "رزقكم الله الصبر" وهو السياق نفسه الذي يُوظف فيه مجتمع الأصل هذا التعبير. فالمترجم وظف هنا استراتيجية التوطين باستخدام نظير

ديني قريب منه في المسيحية "que Dieu vous protège" بمعنى "حفظكم الله" أو "حماكم الله" إلا أننا نلاحظ أن النظرير المستخدم لا يحتوي على نفس المعنى الذي قدمته عناصر تعبير الأصل، فالتعبير "احسن الله عزاءكم" لا يمكن استخدامه خارج سياق العزاء، في حين أن التعبير الذي أورده المترجم تتعدد استخداماته وغالباً ما يستخدم في سياق غير سياق العزاء.

ويتوظفه لاستراتيجية التوطين، جعل المترجم التعبير الأجنبي طبيعياً في ثقافة الهدف، وحجب كل ما من شأنه أن يسبب غموضاً لدى الجمهور المتلقي، إلا أن هذا الاختيار جاء على حساب المعنى، ففي رأينا كان بإمكان المترجم تجاوز ذلك إذا لجأ إلى أي أسلوب من أساليب الترجمة المباشرة.

الجدول 12:

لغة الهدف	لغة الأصل
Mais voilà que maintenant allait arriver une française d'un pays lointain, et puis il y avait cette étude internationale dont on ne savait rien. (Le Parfum Français, 2010 : 8).	لكن الآن تأتي فرنسية من مكان بعيد، وثمة دراسة عالمية غير معروف أصلها وفصلها... (العطر الفرنسي، 2010: 8).

نقل المترجم في هذا المثال الجملة "غير معروف أصلها من فصلها" إلى الفرنسية عن طريق الترجمة غير المباشرة "dont on savait rien"، فنلاحظ اختلافاً كبيراً على مستوى بنية الجملتين، فالمترجم هنا اعتمد في عملية نقله على المعنى السياقي حيث لم يتم بترجمة العناصر اللغوية الواردة في المصدر وفقاً لمقابلاتها الدلالية في اللغة الهدف مما أدى إلى توطين التعبير.

يرتبط التعبير "غير معروف الأصل والفصل" في ثقافة الأصل بصورة عامة بحسب الإنسان ونسبه وغالباً ما يستخدم في سياق التقليل من مكانة الآخر، أو احتقاره من خلال نكران أصوله بهدف اغتيال الشخصية. أما المعنى الذي أراده الكاتب وفقاً لسياق الأصل فيأتي في إطار الجهل بما يحيط بطبيعة هذه الدراسة، فيمكننا القول بأن المترجم أدرك مقصدية الكاتب من هذا التعبير الاصطلاحي واستطاع أن يعبر عن المعنى في اللغة الهدف، إلا أننا نلاحظ تغيراً على مستوى الأسلوب الذي حولته عملية الترجمة من أسلوب ضماني إلى تعبير صريح ربما لتعذر المرادف الاصطلاحي في اللغة الهدف.

تمكن المترجم بهذا الاختيار، أن يجد قالباً مناسباً للتعبير عن المعنى في لغة الهدف، وبذلك استطاع أن ينتج نص هدف يمتاز بالتلقائية من حيث المعنى والتعبير، محققاً بذلك طلاقة الترجمة والوضوح الفوري للنص، إلا أن هذا القرار أدى في المقابل إلى طمس الهوية الثقافية للنص المصدر وأفقدته بعض خصائصه، كما أن هذا الاختيار من شأنه أن يعزز الانغلاق على الذات والتعصب للهوية الثقافية.

الجدول 13:

لغة الهدف	لغة الأصل
elle me dit rapidement: Tu as tué quelqu'un, tu as volé ? (Le Parfum Français, 2010 : 70).	قالت بسرعة: قتلتي قتيلاً، أم سرقت مسروقا؟ (العطر الفرنسي، 2010: 69).

في المثال أعلاه، وظّف المترجم تقنية التكيف في عملية نقله للتعبير "قتلت قتيلاً، أم سرقت مسروقا" حيث ترجمه بمكافئه الثقافي في اللغة الهدف "tu as tué quelqu'un, tu as volé ?" فنلاحظ أن المترجم هنا ركز على

المعنى السياقي للعناصر المكونة للمعنى في النص الأصل، وذلك بغرض تطويع المعنى وإدخاله في السياق اللغوي والثقافي للغة الهدف، معتمداً في ذلك على استراتيجية التوطين.

"قلت قتيلاً، أم سرقت مسروقاً" جملة استفهامية شائعة الاستخدام في ثقافة الهدف وتستخدم للتعبير بصورة ضمنية عن الدهشة والاستغراب عندما تتحول حالة الشخص المادي بصورة سريعة ومفاجئة، فالتعبير يوجه إشارة ضمنية مفادها أن هذا التحول لم يكن نتاجاً لمجهود. فالناظر إلى الترجمة يجد أن التعبير المترجم أيضاً يستخدم في هذا السياق، وعليه يمكننا القول بأن المترجم كان موفقاً في اختياره.

بحذفه لبعض العناصر المكونة للنص الأصل وإدخاله للمعنى عن طريق التكيف في السياق اللغوي والثقافي للغة الهدف، ساهم المترجم في طلاقة الترجمة ومقروئيتها ولم يرق بأي محاولة انتهاك لقواعد الهدف اللغوية والدلالية بتضمين تعابير أجنبية، إلا أن العملية أدت في المقابل إلى حجب طبيعة النص الأصل المختلف ثقافياً كما أحالت أيضاً دون تعرف المتلقي على تجارب ثقافة الآخر.

الجدول 14:

لغة الهدف	لغة الأصل
Puis elle retournera dans son pays en gardant de nous un bon souvenir . (Le Parfum Français, 2010 : 11).	ثم تعود بعد ذلك إلى بلادها، وتذكرنا بالخير . (العطري، الفرنسي، 2010: 11).

اعتمد المترجم في هذا النموذج على أسلوب الترجمة غير المباشرة في عملية نقله لعناصر معنى التعبير الذي أورده الكاتب بلسان أهل القرية "تذكرنا بالخير" إلى اللغة الفرنسية "en gardant de nous un bon souvenir"، فالناقل فضل هنا **توطين النص**، فنلاحظ أنه لم ينقل العناصر المشككة للنص الأصل نقلاً مباشراً وفقاً لمقابلاتها الدلالية في النص الهدف، بل اعتمد على المعنى السياقي، وأتى بتعبير يتماشى مع توجهات اللغة الهدف.

في ثقافة الأصل تتعدد استخدامات وتوظيف التعبير الذي أورده الكاتب "تذكرنا بالخير"، فالمعنى العام للتعبير يأتي في سياق ثناء الإنسان في غيابه بذكر بمحاسنه عند المجالس، إلا أن المتمعن في مجريات القصة وأحداثها يجد أن المعنى غير متساوٍ في النصين، فالكاتب أراد بهذا التعبير أن يجسد آمال سكان حي غائب المعلقة على هذه الزائرة، وما يمكن أن تقوم به تجاه فقرهم ومعاناتهم بعد عودتها إلى وطنها، فالأمر إذن لم يعد مجرد ذكرى كما جاء في الترجمة.

باختياره لاستراتيجية التوطين، جعل المترجم التعبير الأجنبي طبيعياً في اللغة الهدف وأبعد عنه أي إشكال ثقافي من شأنه أن يربك المتلقي أو يعيق فهمه للنص، إلا أن الترجمة لم تف بالمعنى ويكون المترجم بهذا الاختيار قد أفقد النص جانباً من أهم جوانبه، والذي يتمثل في الرسالة.

الجدول 15:

لغة الهدف	لغة الأصل
Avec l'habilité d'un grand pickpocket elle profana ma poche . (Parfum Français, 2010 : 22).	وبأقتدار نشال عريق انتهكت جيبي. (العطري، الفرنسي، 2010: 24).

اعتمد المترجم في هذا المثال على أسلوب الترجمة المباشرة في عملية نقله لمعنى التعبير الوارد في الأصل "بأقتدار نشال عريق انتهكت جيبي" حيث جاءت ترجمته "avec l'habilité d'un grand pickpocket" elle profana ma poche" فنلاحظ أن كل العناصر اللغوية الواردة في النص الأصل تمت ترجمتها تقريباً وفقاً

لمكافئاتها المعجمية في النص الهدف عنصر بعنصر من دون أي حذف، أو تعديل، أو إضافة، ويكون المترجم قد وظّف استراتيجية التغريب في عملية نقله لمعنى التعبير.

باعتماده على استراتيجية التغريب في نقل المعنى ويتضمنه تعابير أجنبية في النص الهدف، استطاع المترجم أن يُظهر الطبيعة المختلفة ثقافياً للغة المصدر، وبهذا الاختيار من المحتمل أن يكون لدى المتلقي وعي بأن النص قد كتب بلغة وثقافة تختلف عن لغته وثقافته ووجد طريقه إليه بفضل الترجمة.

الخاتمة:

توصلت الدراسة من خلال تحليل النماذج المختارة وعددها (خمسة عشر) أنموذجاً إلى نتائج عديدة أهمها، أن المترجم وظّف في عملية نقله لهذه النماذج فقط ستاً (6) من تقنيات شجولدجر الاثنتي عشرة (12)، وتمثلت هذه التقنيات في: (الترجمة المباشرة، والترجمة غير المباشرة، والنقل المباشر، والتكيف، والتصريح، والحذف). بينت الدراسة أن استراتيجية التغريب كانت الاستراتيجية الأكثر استخداماً (9 حالات)، وأن معظم حالات التغريب تمت عن طريق الترجمة المباشرة (6 حالات)، كما بينت الدراسة أيضاً أن معظم حالات التغريب كانت إما بسبب عدم وجود المقابل المباشر أو انعدامه في ثقافة الهدف.

وتوصلت نتائج التحليل إلى أن المسافة والفجوة الثقافية بين لغتي العمل تحددان بشكل كبير اختيار المترجم للاستراتيجية، فكلما كانت المسافة أو الفجوة الثقافية بين اللغتين كبيرة، قلّت احتمالية وجود تجارب مماثلة وزادت فرص التغريب، كما بينت النتائج أيضاً أهمية التحليل الفني لإدراك المعنى الصحيح، فكلما زادت نسبة الفهم الاحتمالي لمضمون النص، قلّت فرص إدراك المعنى الصحيح.

بينت نتائج الدراسة أيضاً مدى ارتباط قيمة المعنى بمستوى لغة النص، حيث أظهرت الدراسة بأن المعنى نقل قيمته أحياناً عندما نترجم مفردة دارجة بالفصحى أو العكس.

بناءً على ما سبق، توصي الدراسة بأهمية التوسع في الاعتماد على تقنيتي التصريح والتكيف؛ وذلك لفاعليتهما في معالجة معنى بعض التعابير التي ليست لها قيمة أو مكافئات واضحة في اللغة الهدف.

المراجع:

- 1- Catford, J.C. A Linguistic Theory of Translation. Oxford, Oxford University Press, 1965, p20.
- 2- Nida, E and Taber. The Theory and Practice of Translation. Brill, Leiden, the Netherlands, 1969, p12.
- 3- Strauss. L. C. Anthropologie Structurale. Paris, Librairie Plon, 1958, p 78.
- 4- Bassnett, S. Translation studies. New York, Taylor & Francis e-library, 2005, p 22.
- 5- Larson, M. Based translation. New York, University Press of America, Inc, 1998, p 470.
- 6- أبو عودة خليل، التطور الدلالي بين لغة الشعر الجاهلي ولغة القرآن الكريم، مكتبة المنار، الأردن، 1985، ص 74.
- 7- الشبيدي فاطمة، المعنى خارج النص، دار نينوى للطباعة والنشر، دمشق، 2011، ص 6.
- 8- Lawrence Venuti. 1995. The Translator's Invisibility. Routledge, 11 New Fetter, London EC4P 4EE, 1995, p1.
- 9- Ibid, p1-2.
- 10- Ibid, p20.
- 11- Delabastita, D. There's a Double Tongue: An Investigation into the Translation of Shakespeare's Wordplay, with Special Reference to Hamlet. Amsterdam: Rodopi, 1993, p33.
- 12- Vinay, J. and Jean, D. Comparative Stylistic of French and English. (Trans. Juan C. Sager and M, J. Hamel). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1995, P39-31.
- 13- Schjoldager, A., Gottlieb, H., & Klitgård, I. 2008. Understanding Translation. Aarhus: Academica, 2008, p91.

مجلة علمية محكمة ومفهرسة

e-ISSN 9865- 2352

ISSN 1111- 4932