



Magisteruppsats

Étude sur la traduction des aspects culturels et la métonymie
concernant un phénomène universel : le repas gastronomique.

Författare: Helena Forsell

Handledare: Liviu Lutas

Examinator: Chantal Albépart-Ottesen

Termin: VT 2014

Ämne: Franska

Nivå: Avancerad franska

Kurskod: 4FR32E

Abstract

Title: How to translate cultural references

Language: French

Author: Helena Forsell

University/Department/Year: Linnaeus University/School of Language and Literature/2014

The main focus of this paper has been to find out which difficulties the translator comes across when trying to find cultural references that will apply in the target text. Since the original text treats a cultural aspect concerning the French gastronomic meal, the aim has also been to find out whether a deeply human trait, such as eating a meal in the company of others, produces translation problems despite a fairly common ground between French and Swedish culture.

The source text used in this study is *Convention pour la Sauvegarde du Patrimoine culturel immatériel, Dossier de Candidature n°00437*, which was published in 2010 and translated into Swedish in 2014. The main translation strategies used are *adaptation, equivalence, addition and omission*.

Keywords:

Cultural adaptation, translation strategies, reference, metonymy.

Le plaisir de la table est de tous les âges, de toutes les conditions, de tous les pays et de tous les jours ; il peut s'associer à tous les autres plaisirs, et reste le dernier pour nous consoler de leur perte.

Brillat-Savarin

Table des matières

1. INTRODUCTION.....	1
1.1 But.....	2
1.2 Délimitation de l'étude	2
1.3 Abréviations employées	2
1.4 Méthode et matériaux.....	3
1.5 Texte source	3
1.6 Méthode.....	4
2. POINTS DE DÉPART THÉORIQUES	5
2.1 Stratégies de traduction.....	6
2.2 Référence et communication.....	9
2.3 Lecteurs cibles.....	9
3. ANALYSE	10
3.1 Adaptation	10
3.1.2 « Terroir »	10
3.1.3 « Le repas des anciens »	12
3.2 Équivalence	13
3.2.1 « L'art de la bonne chère ».....	14
3.3 Complément du texte	14
3.3.1 « Autres noms »	14
3.3.2 La Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires(MFPCA).....	15
3.3.3 Le Sénat.....	16
3.4 « Gastronomie »	17
3.4.1 « Gourmand »	20
3.4.2 « Mariage et marier » (des mets et des vins)	21
4. Métonymie	22
4.1 L'idiome « La bonne chère »	22
4.2 « Gourmand/e »	25
5. Genre du texte	25
6. CONCLUSION	26
7. BIBLIOGRAPHIE	28

8. Annexe	33
Annexe 1. Texte source et texte cible.....	33

1. Introduction

Comment fait-on pour traduire un texte ? Est-on censé être proche du texte source ou transférer principalement le message lui-même ? « [...] le bon traducteur ne traduit pas seulement les mots, mais la pensée qui est derrière et que pour cela, il se réfère constamment au contexte et à la situation » (Vinay et Darbelnet 1958 : 163). Cela peut sembler évident, mais ce n'est pas toujours facile à atteindre. L'un des défis les plus difficiles auxquels le traducteur fait face sont les phénomènes culturels, phénomènes qui manquent d'équivalents dans la culture cible. Nous voulons aussi essayer de déterminer si des difficultés surgissent en traduisant bien que le texte traite d'un sujet aussi universel que le repas. Quelles sont les différences et les similitudes entre les cultures françaises et suédoises en matière de traditions d'un repas gastronomique ?

Cette étude vise à analyser les stratégies de traduction des références culturelles utilisées en traduisant un texte français publié sur Internet en suédois. La problématique est de savoir comment transmettre des phénomènes culturels dans un contexte suédois afin que le lecteur du texte cible puisse les assimiler. Lorsqu'on traduit un texte littéraire par exemple, il est important d'essayer de garder toute l'imagerie dont l'auteur a fait usage et de transférer des phénomènes culturels au texte cible pour qu'il ne soit pas linguistiquement pauvre ou difficile à comprendre pour le public cible. Est-il aussi important de maintenir des expressions figurées ou des phénomènes culturels dans un texte spécialisé ? Nous étudions ainsi le sens figuré appelé la métonymie.

Quelles stratégies le traducteur doit-il utiliser pour transférer les références culturelles du texte source au texte cible ? La question est de savoir si on doit transmettre les phénomènes culturels (*foreignization*) ou adapter le texte cible (*domestication*) pour que les lecteurs cibles puissent faire des associations en corrélation avec leurs propres références.

Le repas gastronomique des Français a été inscrit sur la liste représentative du Patrimoine immatériel de l'Unesco le 12 décembre 2010 :

Le repas gastronomique des Français est une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes (naissances, mariages, anniversaires, succès, retrouvailles). C'est un repas festif réunissant des convives qui pratiquent ensemble, pour cette occasion particulière, « l'art de bien manger et de bien boire ». (*Convention pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel Immatériel*, 2010 : 3).

Puisque la cuisine française a influencé la cuisine suédoise dès le XVIIe siècle, l'inscription du repas gastronomique français est également intéressante pour un public suédois :

Du Danemark et de la Suède, où les premiers livres de cuisine sont en fait des adaptations de livres français, à l'Espagne où on assiste à une francisation de la table royale, en passant par l'Allemagne où le lexique culinaire s'enrichit de termes français[...], l'influence touche l'ensemble des pays européens » (Chevrier, 2011 : 30).

1.1 But

Le but de cette étude est d'analyser les stratégies employées pour traduire en suédois un texte français contenant des références culturelles. Les deux questions de recherche suivantes se posent :

- Comment traduire un texte qui explique une tradition culturelle reportée sur la liste de l'Unesco pour sauvegarder le repas gastronomique français ?
- Comment transmettre des expressions au sens figuré ?

Nous examinerons quelles stratégies le traducteur peut utiliser pour résoudre des problèmes quant aux références culturelles. Ces stratégies pourraient être *l'équivalence, l'adaptation, le complément de texte et l'omission*. Nous analyserons aussi le texte cible qui doit être clair pour les lecteurs.

1.2 Délimitation de l'étude

C'est surtout l'aspect pragmatique qui est intéressant dans le texte de l'UNESCO, car il traite des phénomènes culturels qui sont liés à un repas gastronomique dans une culture spécifique. Nous voulons donc explorer la façon dont ceux-ci peuvent être transférés à un autre espace culturel. Nous nous sommes intéressés aux deux domaines suivants :

- les phénomènes culturels (rites, traditions, organismes)
- le sens figuré, particulièrement la métonymie

1.3 Abréviations employées

TS : Texte source

TC : Texte cible

LS : Lecteur source

LC : Lecteur cible

1.4 Méthode et matériaux

1.5 Texte source

Le texte source utilisé dans ce mémoire est le document *Convention pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel Immatériel* sur le site de l'Unesco, en.unesco.org. Le document a été établi en novembre 2010 au Kenya, mais la date de publication sur Internet ne peut pas être trouvée. Francis Chevrier, l'auteur du livre *Notre Gastronomie est une Culture* que nous référençons dans l'analyse, est l'un des experts qui ont été co-auteurs de la CN. Il est aussi directeur de l'Institut européen d'histoire et des cultures de l'alimentation (IEHCA)¹. Notre hypothèse de départ est que le TC sera lu par ceux qui ont le pouvoir de changer la façon dont nous regardons la cuisine suédoise. Ils peuvent être incités à travailler pour l'inclusion du repas gastronomique suédois sur la liste du patrimoine mondial. Peut-être que la Suède n'a pas l'histoire riche que les Français ont gérée par l'intermédiaire des chefs comme Escoffier et Bocuse, mais ceux qui ont établi la CN souhaitent mettre en lumière tous les repas gastronomiques et pas seulement ceux qui appartiennent à la haute cuisine. La culture suédoise de l'alimentation pourrait aussi prendre place avec des plats uniques comme « gravlax » et « rökt lax » (saumon mariné et fumé) et « inlagd sill » (hareng mariné) par exemple. Il y a aussi une plus grande prise de conscience en Suède quand il s'agit de la culture de la nourriture et nous avons beaucoup de grands chefs tels que Leif Mannerström et Tommy Myllymäki qui a remporté le Bocuse d'Or Europe 2014. Nous tenons à développer l'intérêt pour le repas gastronomique afin qu'il devienne une partie importante de la vie en Suède, que les Suédois commencent à valoriser tout ce qui implique le repas gastronomique. C'est-à-dire que l'on prenne le temps d'acheter des produits frais, les préparer, dresser la table, et de savourer le repas ensemble. Ensuite, transmettre ces traditions aux générations futures a alors également de l'importance. « Les notions de savoir-faire, de pratiques, de connaissances, transmis [sic] de générations en générations et recréés en permanence, que les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel et qui leur procure [sic] un sentiment d'identité et de continuité » (Chevrier, 2011 : 118).

¹ (http://www.iehca.eu/IEHCA_v4/administrative.html).

Nous pensons que le texte cible pourrait être publié sur des sites gastronomiques suédois, et peut-être sur le site de l'Unesco suédois dans l'avenir. Aujourd'hui, ce site met cependant l'accent sur le patrimoine d'une façon générale.

1.6 Méthode

En premier lieu, nous avons traduit La CN du français au suédois et cette étude présentera les stratégies que nous avons utilisées pour aboutir au texte cible.

Deuxièmement, nous avons lu des textes parallèles sur Internet, mais il n'existe pas, évidemment, un pareil texte en suédois et donc nous avons examiné la traduction anglaise trouvée sur la même page Internet que le texte original. Comme la CN est un texte unique, écrit pour un seul but, ces textes parallèles ne sont pas considérés comme ayant agi comme une sorte de guide pour la langue utilisée dans les textes similaires. Les textes parallèles peuvent être trouvés dans la bibliographie.

Troisièmement, deux lecteurs ont lu le TC pour vérifier s'il fonctionne dans son environnement culturel. Évidemment, leur expérience ne suffit pas pour déterminer si le TC est optimal pour un public plus large, mais leurs commentaires ne servent qu'à titre indicatif. La traduction du TS sera probablement lue par ceux qui s'intéressent à la gastronomie, à l'histoire et au patrimoine humain. Il faut garder à l'esprit que toute personne qui parle et lit le suédois n'a pas nécessairement un fond culturel suédois, mais dans la présente étude le public visé a grandi exclusivement avec la culture suédoise, car il est impossible de prendre en compte les références culturelles de tous les lecteurs.

En traduisant et dans l'analyse, nous avons utilisé non seulement le modèle théorique de Vinay et Darbelnet mais aussi consulté d'autres modèles. Les ouvrages principaux pour l'analyse ont été *Hur översätter man verkligheten* par Brynja Svane, *Konsten att översätta* par Rune Ingo et *Stylistique comparé du français et de l'anglais* de Vinay et Darbelnet. Tous les autres ouvrages consultés sont listés dans la bibliographie. Nous avons aussi consulté des dictionnaires comme *Le Petit Robert*.

Finalement, nous avons choisi d'écrire sur la métonymie, car les expressions figuratives trouvées dans le TS sont associées avec le repas gastronomique. Différentes cultures se rapportent différemment aux phénomènes comme les pratiques sociales autour d'un repas, par exemple.

2. Points de départ théoriques

Le défi pour le traducteur est de transférer des phénomènes culturels tels que les expressions figurées, les rites et les traditions et les noms des organismes qui parfois manquent d'équivalence dans la langue cible. Les plus célèbres théoriciens de la traduction comme Vinay et Darbelnet, et Rune Ingo, par exemple, offrent de l'aide au traducteur avec plusieurs des stratégies de traduction qu'ils ont développées. Cependant, aucune des stratégies ne couvre complètement les besoins du traducteur. Ingo a une stratégie bien développée, ce qu'il appelle « Les quatre aspects fondamentaux de la traduction », mais il utilise également les termes de Vinay et Darbelnet en termes « d'adaptation » et « d'équivalence » (bruksmotsvarighet) (2007 : 152). D'autre part, Ingo a préparé une description plus détaillée de la stratégie « complément du texte » (notre traduction « komplettering av texten ») (2007 : 134). « Pour le traducteur se produisent les difficultés pragmatiques dès qu'il s'agit de phénomènes qui manquent dans la culture de la langue cible » (Ingo, 2007 : 131). Brynja Svane dit que « le traducteur se trouve inévitablement devant le choix formulé par Gideon Toury (1995) entre ce qui est *adéquat* (« source oriented ») et ce qui est *acceptable* (« target oriented ») » (dans Eriksson, 2007 : 131). Le dilemme est de savoir si la traduction doit être fidèle au texte source ou si le texte cible doit être aussi authentique que possible. Il existe différentes théories et des camps quand il s'agit de la façon de résoudre ce problème, mais selon Svane « la discussion ne peut pas avoir de sens si l'on prend sérieusement en considération les facteurs qui déterminent dans le détail le choix du traducteur : type de texte, public envisagé, « skopos », ainsi que les exigences de l'éditeur et le contexte économique et social qui entoure la traduction » (dans Eriksson 2007 : 131). Nous sommes d'accord qu'il n'y a pas une solution qui fonctionne dans tous les contextes.

Il faut étudier plusieurs théories pour comprendre comment traduire des références culturelles. En cherchant des équivalences suédoises, nous avons réalisé qu'il est vraiment difficile de traduire des phénomènes culturels, car même si on trouve une contrepartie, elle n'est presque jamais satisfaisante. La difficulté est d'essayer de résumer les concepts remplis de références culturelles et de connotations à une expression concise et facile à comprendre dans la langue cible.

Vinay et Darbelnet discutent *la métalinguistique*, un concept qui englobe « l'ensemble des rapports qui unissent les faits sociaux, culturels et psychologiques aux structures linguistiques » développé par le linguiste américain George L. Trager (1977 : 259). Trager

explique le terme comme suit: « Language is a self-contained system of culture (microlinguistics), firmly anchored in the biological organism (prelinguistics), yet reflecting and reflected in the rest of culture (metalinguistics) » (Hall & Trager, 1953: 3). Dans *Stylistique comparée du français et de l'anglais*, Vinay et Darbelnet comparent le français avec l'anglais qui ainsi que le suédois est une langue germanique (cependant avec une forte influence du latin). Ils insistent sur le fait que la langue reflète sa propre culture et que ce n'est pas surprenant s'il existe des différences entre ces deux langues sur le niveau métalinguistique, des « découpages », une catégorie dans laquelle ils classent « le repas » (Vinay & Darbelnet, 1958 : 260). Ils fournissent un exemple classique de la façon dont la couleur est classée en différentes langues et que, par exemple, dans l'anglais on peut utiliser le mot « brown » pour décrire de nombreux phénomènes tandis que le français possède plus de nuances: « marron », « brun » et « bistre » entre autres. Il n'est pas tout à fait clair ce que les auteurs entendent par « découpage différent de la réalité ». Ici, nous aurions aimé une définition de « la réalité » et la façon dont on détermine ce qui est « différent ». Néanmoins, il s'agit d'une classification raisonnable de quelque chose d'universel qui diffère dans les cultures du monde. Une telle différence est qu'en Suède on dîne à environs six heures du soir, tandis qu'un repas français peut être pris aussi tard que huit heures et demie. Rune Ingo parle aussi de la métalinguistique et il met l'accent sur le langage qui « décrit et, parfois, s'explique soi-même » (Ingo, 2007 : 128).

On n'a pas besoin d'une langue pour faire la cuisine ou partager un repas, mais pour perpétuer la tradition qui entoure un repas gastronomique dans une famille ou une collectivité, il faut qu'on le fasse oralement ou par écrit.

2.1 Stratégies de traduction

Vinay et Darbelnet utilisent les termes *stratégie* et *procédure* pour décrire ce qui se passe lorsqu'on traduit d'une langue à l'autre. Techniquement, une **stratégie** est une orientation générale du traducteur (par exemple vers la traduction « libre ou littérale », vers le TC ou le TS, vers la *domestication* ou la *foreignization*) tandis que la **procédure** est une technique spécifique ou la méthode utilisée par le traducteur à un certain point dans un texte (par exemple, l'emprunt d'un mot de la LS, l'ajout d'une explication ou une note dans le TC). (Munday, 2012 : 86).

Il y a plusieurs stratégies qui peuvent être utilisées en traduisant des textes, mais à notre avis ces stratégies ne sont pas toujours suffisantes pour trouver une solution ou expliquer pourquoi

une traduction spécifique a été choisie. Selon Svane, « [...] c'est souvent la dimension culturelle du texte qui pose les plus grands problèmes pour le traducteur ». Elle donne l'exemple de *l'Élysée*, la résidence présidentielle, en soulignant qu'il n'est pas évident que tous les lecteurs cibles connaissent cette référence culturelle (Svane, 2007 :133). Nous avons surtout utilisé les stratégies pragmatiques développées par Vinay et Darbelnet (les deux premières) et Rune Ingo (les deux dernières). Ces stratégies sont :

- Adaptation
- Équivalence
- Complément de texte
- Omission

En premier lieu, lorsqu'il faut changer la référence culturelle dans une situation qui n'existe pas dans la culture cible, on utilise la procédure d'*adaptation* (Vinay & Darbelnet, 1958 : 77). Vinay & Darbelnet mentionnent l'exemple où un interprète en simultané traduit le sport de « cricket » par « Tour de France » à un délégué français, puisque « le cricket » n'est pas un sport national en France comme dans plusieurs pays anglophones. Nous ne pensons pas que l'exemple est si bon quand il s'agit de la traduction et donc nous avons consacré le chapitre 3.2 ci-dessous à la discussion des problèmes en matière de références culturelles et de communication. Un interprète est pressé d'obtenir rapidement le message de ce qui est dit tandis qu'un traducteur peut prendre le temps de réfléchir et puis expliquer par écrit, un phénomène qui est inconnu à la culture cible. En fait, le cricket et le vélo sont deux sports complètement différents et le sport qui devrait être transmis est le sport national de la culture source. Peut-être que l'interprète aurait pu donner une brève explication dans le style de « l'un des plus grand sports de l'Angleterre ». « Pour le traducteur, des difficultés pragmatiques se produisent dès qu'il s'agit de phénomènes qui font défaut dans la culture représentée par la langue cible » (Ingo, 2007 : 131).

Ensuite, nous avons étudié différentes théories concernant l'*équivalence* et les problèmes que les théoriciens de traduction ont essayé d'expliquer et de résoudre. L'équivalence est l'une des stratégies développées par Vinay et Darbelnet et elle signifie qu'il « est possible que deux textes rendent compte d'une même situation en mettant en œuvre des moyens stylistiques et structuraux entièrement différents ». Ils donnent l'exemple du proverbe français « Deux patrons font chavirer la barque » qui a l'équivalence anglaise « Too many cooks spoil the broth » (suédois : Ju fler kockar, desto sämre soppa) (Vinay et Darbelnet, 1958 : 52).

Munday cite Roman Jakobson qui suppose que le problème de la signification de l'équivalence porte sur les « différences dans la structure et dans la terminologie des langues plutôt que sur toute incapacité d'une langue à rendre un message qui a été écrit ou prononcé dans une autre langue verbale ». Pour Jakobson « tout est transférable dans n'importe quelle langue existante » (2007 : 60). Nous ne sommes pas sûrs que ce soit tout à fait vrai comme sera démontré dans l'exemple de (7) *l'art de la bonne chère*, voir l'analyse du chapitre 3. Donc, nous allons essayer de démêler le concept de référence qui est important dans le cadre de la traduction des phénomènes culturels, car il est important que le traducteur cherche à créer un texte cible, et autant que possible fournisse des références qui sont équivalentes au texte source. En outre, Eugene Nida, un des théoriciens cité par Munday, parle d'une *équivalence dynamique* et suppose que la relation entre le récepteur et le message devrait être sensiblement la même que celle qui existait entre les récepteurs d'origine et le message. Le but de l'équivalence dynamique est de trouver « le plus proche équivalent naturel pour le message de la langue source ». (Munday, 2012 : 67). Peter Newmark souligne l'importance qu'attribue Nida au récepteur et affirme que « le succès de l'effet équivalent est 'illusoire' et que le conflit de loyauté, l'écart entre l'accent sur la langue source et la langue cible resteront toujours le problème majeur dans la théorie et la pratique de la traduction » (Munday, 2007 : 70). Nous sommes d'accord, car même si le traducteur est conscient, il est sans doute impossible de rendre justice au TS.

En troisième lieu, Ingo décrit le cas particulier pragmatique *complément de texte* lorsqu'une traduction directe ne fonctionnera pas et que le traducteur doit donc trouver une solution qui fonctionne dans le TC et dans son environnement culturel (Ingo, 2007 : 133). Bien que les cultures française et suédoise aient beaucoup en commun (elles sont européennes, occidentales, chrétiennes ; elles partagent également une histoire commune), il existe des phénomènes culturels qui néanmoins, ne se traduisent pas par un mot ou une expression correspondante. Par conséquent, le traducteur a la possibilité d'ajouter une explication pour rendre le texte compréhensible au lecteur. Ingo souligne également que la nécessité d'ajouter une explication dépend du type de TS. Les textes informatifs, tels que la littérature spécialisée, nécessitent des ajouts plus fréquents et ils sont plus considérables (2007 : 136).

Finalement, la stratégie de *l'omission* signifie une omission sémantique en enlevant des porteurs de sens qui « ne peuvent pas être lus entre les lignes ou compris dans le contexte » (Ingo, 2007 : 124).

2.2 Référence et communication

Le problème qui resurgit constamment lors de la traduction de phénomènes culturels est de trouver une référence équivalente à utiliser dans la langue cible, et donc la stratégie que le traducteur doit choisir pour transférer, par exemple, la fête nationale française « le 14 juillet » qui est une célébration historique. Nous pouvons donner un exemple oral de cela à partir d'un documentaire (*Beckham goes Brazil*²) où un homme d'un certain âge issu de la tribu indienne des Yanomamis lui demande quel était sa profession. Pour la première fois de sa vie, Beckham a dû expliquer ce qu'était le football, mais l'explication n'a pas du tout atteint son but. L'homme indien ne semblait pas comprendre comment on pouvait vivre de ce genre d'activité et la tribu manquait de référence culturelle dans sa langue et culture. C'est un exemple oral, mais si l'exemple avait été formulé par écrit, il aurait été tout aussi difficile pour un traducteur d'expliquer ce sport, sans être obligé d'ajouter une note très longue en bas de page. Comme la tribu ne pratique pas le sport, il est impossible d'utiliser une comparaison, comme c'est le cas du phénomène culturel « le 14 juillet ».

Le but de traduire un texte spécialisé est de transférer le message du TS, mais le traducteur ne réussit pas dans tous les cas. Les problèmes qui existent sont un codage insuffisant (une généralisation excessive ou une spécification insuffisante) ou une lacune de décodage (une identification incorrecte à la suite de l'absence de connaissance du destinataire). On peut conclure que le traducteur aussi bien que le destinataire puisse avoir de mauvaises interprétations en ce qui concerne le transfert d'un message. (Svane 2002 : 65).

2.3 Les lecteurs cibles

Quand un texte a été traduit, la distance entre l'écrivain et le lecteur augmente en raison des différences culturelles qui peuvent constituer un obstacle majeur (Svane, 2002 : 12). La Convention décrit un phénomène culturel, « le repas gastronomique », qui a de nombreux points communs dans la culture française et suédoise. Les Français et les Suédois célèbrent les événements importants de la vie, par exemple le mariage, mais la conception du repas est fondée sur diverses traditions, rites et l'histoire de leurs pays respectifs. Selon Svane, le traducteur doit déterminer combien de la base de connaissances fait défaut chez les lecteurs

² Documentaire britannique à partir de 2014. Titre original: *Beckham goes Brazil*.

cibles et la quantité de matériel linguistique qui ne peut pas être transférée directement dans la langue cible (2002 : 75). Il est pourtant impossible de prédire la connaissance de la culture française ainsi que le niveau d'éducation de tous les lecteurs cibles comme il est stipulé dans le texte de l'Unesco. Ceci est soutenu par Juhani Härmä (Professeur de philologie romane à l'Université d'Helsinki) qui constate ; « Il est évidemment impossible d'essayer d'estimer les connaissances culturelles d'un lecteur hypothétique, puisqu'il n'y a pas de lecteur-type évident » (Svane et Nøjgaard, 2007 : 317). Cela est vrai dans la plupart des situations de traduction, sauf si le public cible n'est pas fixe et définie à l'avance. En fin de compte, ce sont les lecteurs du TS qui font leurs propres associations et créent leurs propres images du TC. La seule chose que le traducteur peut faire est, dans la mesure du possible, d'essayer d'amener le lecteur aux mêmes zones de référence que le TS.

Les deux personnes nées en Suède (voir la bibliographie) qui ont lu le TC, pensent qu'il est compréhensible et ils n'ont pas de questions concernant le contenu culturel.

3. Analyse

3.1 Adaptation

L'adaptation « s'applique à des cas où la situation à laquelle le message se réfère n'existe pas dans LA (Langue d'arrivée), et doit être créée par rapport à une autre situation que l'on juge équivalente » (Vinay & Darbelnet, 1958 : 52).

3.1.2 «Terroirs »

(76) Le repas gastronomique utilise de préférence des denrées issues de la tradition des « terroirs » (par exemple en provenance des marchés) qui ont une haute valeur culturelle.

L'expression « terroir » signifie une « région rurale, provinciale, considérée comme influant sur ses habitants » (*Le Petit Robert*, 1993 : 2238). Comme nous avons mentionné en parlant de la difficulté de la référence culturelle dans le chapitre 3.2 ci-dessus, il est impossible de traduire cette notion en un seul mot suédois. « Une étude menée en 1995 auprès de 1 000 consommateurs a montré que « les produits du terroir étaient chargés d'une connotation très affective mélangeant tradition et idéalisation du passé, en plus du plaisir et de la convivialité »³. La vision du concept de « terroir » selon l'Unesco et la plateforme

³ http://www.doctissimo.fr/html/nutrition/mag_2000/mag3/nu_1718_etiq_terroir.htm

internationale, *Planète Terroirs* (un mouvement en marche initié par *Terroirs & Cultures International* et par l'*Unesco*. Voir la bibliographie) :

[...] un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs, et de pratiques fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Ces interactions ont donné lieu à des savoir-faire, des connaissances, des expressions culturelles spécifiques et ancrées territorialement. C'est justement en valorisant ces spécificités territoriales, en les connectant à des biens et des services (produits, artisanat tourisme, etc.) que ces territoires ont su construire un équilibre entre des objectifs a priori contradictoires : développement économique et social, conservation de la diversité culturelle, préservation des ressources naturelles.

En Suède, un manifeste appelé *Secrets of the Swedish terroir* (Gastronomi Sverige, voir la bibliographie) a été établi par les chefs les plus célèbres du pays. Le manifeste permettra de consolider la culture de la cuisine suédoise dans la société comme suit: « l'étude de notre environnement, notre patrimoine alimentaire, nos ingrédients uniques et le savoir-faire gastronomique suédoise ». Il est intéressant de constater qu'on a choisi d'utiliser la notion de « terroir », mais dans une expression anglaise. La question est de savoir si les auteurs de la page Internet estiment que le terme est communément connu pour les lecteurs cibles ou s'ils tiennent à souligner que tout cela est à propos de la gastronomie à un niveau élevé ? Dans la traduction anglaise, on trouve l'adaptation « local food products » (« produits alimentaires locaux »).

Preferably, local food products (nous soulignons) available at markets are used for the gastronomic meal since they have a high cultural value (Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage 2010: 6).

Dans notre traduction, nous avons choisi d'utiliser l'expression « matvaror med regional förankring » (denrées alimentaires régionales), car cette expression a une connotation plus large que « locale ». C'est-à-dire que le marché local peut vendre des produits des autres régions. Bien que ce terme ne comprenne pas toutes les références culturelles contenues dans « terroirs », voir la définition ci-dessus, le terme fonctionne dans un environnement culturel suédois. En Suède, on n'a pas la même conscience des différentes provinces / régions de cultures gastronomiques qu'en France (Bourgogne, Champagne etc.). Il est bien connu que, par exemple dans le Nord, on mange beaucoup de gibier et de baies sauvages tels que le chicouté et que le poisson est typique pour la côte Ouest. Cependant, il n'est pas certain que certains plats préparés sont connus ou ce qui est classé comme l'aspect le plus caractéristique d'une région en particulier. En outre, les auteurs du TS ont mis « terroirs » entre guillemets ce

que nous avons choisi d'omettre dans le texte cible. Peut-être qu'ils l'ont fait, étant donné que le concept est si vaste. Dans la traduction par contre, il ne servirait à rien de mettre « regional » (regional) entre parenthèses parce que le public cible ne comprendrait pas pourquoi.

Dans l'exemple (76) on a également mentionné les marchés français où on peut acheter des produits frais directement aux producteurs. Cela est difficile à transmettre à une situation suédoise, car on n'achète plus les aliments aux marchés dans la même mesure qu'en France. La connotation est différente en suédois ; « marknader » (des marchés) peut également se référer à d'autres types de marchés, comme par exemple les marchés aux puces (loppmarknader). Dans un contexte suédois, il faut donc ajouter une détermination au substantif pour préciser le type de marché. Quand il s'agit du repas gastronomique, il faut traduire « marchés » par « matmarknader » bien que le lecteur cible puisse inférer quel est le marché concerné.

3.1.3 « Le repas des anciens »

(116) « *repas des anciens* » (*repas annuel en l'honneur des aînés*) ou *repas d'anniversaire de la personne la plus âgée d'un village*.

Ce phénomène culturel n'existe pas en Suède, mais il y a des organisations bénévoles telles que l'association « Lions » qui organisent des dîners semblables. Il n'est pas possible pour le traducteur de donner une longue explication sur le fond de cette célébration ce qui rend difficile de trouver une contrepartie appropriée compréhensible pour le public cible. Selon Svane, la stratégie de traduction dépend d'une part du contexte spécifique dans lequel ils apparaissent, d'autre part de l'interaction entre le type de texte et le but de la traduction (Svane, 2002 : 26). « Le repas des anciens » est ancré dans la culture des LS mais pour les LC, ce terme n'a pas forcément une connotation particulière. Donc, nous avons choisi la stratégie d'*adaptation* en traduisant *le repas des anciens (repas annuel en l'honneur des aînés)* en « pensionärsmiddag » (årlig middag för att hedra seniorer).

L'histoire reliée à ce dîner n'existe pas dans la tradition suédoise. Selon une informante (voir commentaire à la fin de la bibliographie), le mot « anciens » se réfère aux « anciens combattants » de la Première Guerre mondiale. Dans ce cas, « anciens » signifie les vétérans de la Guerre (krigsveteraner) aussi bien que « combattants », mais au fil des années on invite également toutes les personnes âgées et pas seulement les combattants de l'Après-Guerre. Par contre, l'autre informante affirme que ce phénomène culturel existait avant la Première

Guerre mondiale et que le terme « anciens » ne fait pas du tout référence aux « combattants ». Parce que nous ne trouvons pas de faits écrits sur ce repas, nous ne pouvons que conclure que les opinions divergent quant à l'origine et quand les mairies ont commencé à l'organiser.

Il existe en Suède des associations différentes qui encouragent les personnes âgées, surtout pour les retraités. L'une de ces associations, SPF⁴ (Sveriges pensionärsförbund), a un rôle important en offrant une variété d'activités. Pourtant, il n'existe aucune collaboration nationale pour les honorer. En France, c'est aussi la mairie qui organise ces fêtes.

Nous avons fait un schéma montrant comment un phénomène culturel peut différer en termes de références communes, bien qu'un mot ou une phrase (repas des anciens) soit parfaitement compréhensible pour les lecteurs cibles au niveau lexical. En revanche, la connotation reste incertaine.

« Repas des anciens » le contexte culturel français :

Fête populaire et annuelle	La première guerre mondiale (1914-18)	La mairie	Repas pour des personnes âgées
X	?	X	X

« Repas des anciens » le contexte culturel suédois :

Fête populaire et annuelle	La première guerre mondiale (1914-18)	La mairie	Repas pour des personnes âgées
-	-	-	X

Lorsque l'information sur ce repas festif est également limitée, le traducteur doit vraiment être bien informé de la culture de la langue source. Il pourrait bien être le cas qu'il/elle connaît le phénomène culturel mais pas la raison pour laquelle il s'est produit. Alors, en traduisant dans ce cas, nous nous sommes sentis obligés de consulter deux informantes qui ont fourni les informations nécessaires.

3.2 L'équivalence

⁴ « L'Association suédoise pour les personnes âgées » créée en 1939 (www.spf.se)

Cette stratégie comprend à son tour une procédure appelée *équivalence* utilisée pour décrire des cas où des langues décrivent la même situation en utilisant des différentes mesures stylistiques ou structurelles (Munday, 2012 : 89).

3.2.1 L'art de la bonne chère

Les équivalences sont souvent figées et représentent des clichés, des proverbes, des locutions substantivales ou adjectivales (Vinay & Darbelnet, 1958 : 52). Pourtant, l'idiome (7) *la bonne chère* n'a pas d'équivalent suédois. Dans la traduction anglaise de la CN on a choisi de ne pas traduire l'idiome, mais nous pensons que cette expression mérite au moins une explication. Selon une informante française, « La bonne chère n'est pas seulement le partage d'un repas gargantuesque mais aussi, une convivialité autour de cette table – c'est la notion de chérir les plats et les convier ». Cette explication implique beaucoup plus que juste « god mat » (bonne nourriture) qui est la traduction suédoise du dictionnaire, mais nous avons quand même choisi cette traduction, car il n'y a pas un idiome équivalent en suédois. La question est de savoir si cette traduction littérale peut néanmoins être considérée comme équivalente puisque le sens métonymique semble être "mort" ? Cet idiome est encore discuté dans la section « Métonymie » ci-dessous.

Dans le TS, on parle en outre de (6) « *l'art de la bonne chère* ». Il y a donc une approche esthétique de la préparation des aliments et la façon dont on en profite ensuite. Cette expression est mise, cependant, entre guillemets, comme cet « art » n'est pas vraiment approuvé ou peut être appelé « art ». Même dans la phrase suivante on le fait :

(19) « *l'art de bien manger et de bien boire* »

Bien que nous croyions que ces citations ne sont pas vraiment nécessaires, nous avons choisi de les utiliser dans le TC.

3.3 Complément de texte

Ingo explique que « lorsque les langues de traduction représentent diverses sphères culturelles, il peut souvent être nécessaire de compléter ou par injection d'ensemble de base expliquer les phénomènes, les mots ou expressions qui apparaissent dans le texte original » (2007 : 134).

3.3.1 « Autres noms »

Brynja Svane présente une typologie où elle établit une distinction entre *les noms propres* (des expressions référentielles dénominatives) et *appellatifs* (des expressions référentielles descriptives). Les organisations et institutions appartiennent au groupe des noms propres et elles sont classées dans « Autres noms » (Svane, 2002 : 90). Elle explique que les abréviations ont souvent des équivalences dans la langue cible :

L'OTAN (français) → NATO (suédois)

Mais quelle stratégie utilise le traducteur lorsqu'il n'y a pas une équivalence ? Svane dit que cela dépend de l'interaction entre le type de texte et le but de la traduction.

3.3.2 La Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires(MFPCA)

Il y a dans le TS des organismes qui manquent d'équivalence en suédois :

(110) *La Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires(MFPCA)*

Cet organisme a été créé en 2008 pour sauvegarder ce patrimoine. Il y a un projet suédois appelé *Sverige– det nya matlandet* (La Suède – la nouvelle nation culinaire⁵ (notre traduction)) qui est ancré au niveau du gouvernement, mais il est destiné principalement au tourisme, à l'étiquetage des aliments, à la nourriture publique (à l'école par exemple), à la production primaire, aux aliments transformés, au commerce et aux restaurants. L'objectif n'est pas pourtant de sauvegarder les rites et les traditions du repas gastronomique suédois même s'il peut être implicite. Ainsi, il ne suffirait pas de donner des connotations directes pour le public cible si l'on utilisait le nom du projet et puis l'abréviation « SNM » (*Sverige – det nya matlandet*) par exemple. Le repas gastronomique suédois n'a pas non plus été inscrit sur la liste immatérielle de sorte que la relation entre l'inscription et le fait que MFPCA travaille pour maintenir l'état de l'élément n'existe pas dans la culture cible ; c'est la raison pour laquelle une *adaptation* n'est pas possible. Dans la traduction anglaise, on n'a pas traduit les mots français constituant la dénomination de cet organisme et on a, aussi, ajouté la remarque « pas officiellement traduit » (page 7). De plus, l'article défini anglais « the » (la) est placé devant le nom.

the Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires (MFPCA) [not officially translated]

⁵ <http://www.government.se/sb/d/6402/a/58111>

À notre avis cette solution ne fonctionne pas, car beaucoup de lecteurs cibles ne comprennent pas le français. En outre, Le TS est un document officiel qui doit être compréhensible. Notre stratégie a été de garder le nom français, sans l'article défini, et puis d'ajouter une note en bas de la page.

d) Avec le soutien de l'Etat, la Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires (MFPCA) a largement contribué à l'élaboration du dossier de candidature. La MFPCA est une association à but non lucratif qui agit en faveur de la reconnaissance des éléments du patrimoine alimentaire comme essentiels à la diversité et la créativité culturelles.

d) Med statens stöd har Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires (MFPCA)⁶väsentligt bidragit till utvecklingen av kandidaturens dokumentsamling. MFPCA är en ideell organisation som förespråkar elementens erkännande som avgörande för den kulturella mångfalden och kreativiteten.

3.3.3 Le Sénat

(180) [...] *débats publics qui se sont tenus avec le soutien actif du Sénat le 19 mars* [...]

« *Le Parlement vote la loi. Il contrôle l'action du Gouvernement. Il évalue les politiques publiques. Il comprend l'Assemblée nationale et le Sénat* ». (L'article 24 de la Constitution française).

En Suède il n'existe pas de Sénat, mais le pays a eu un système bicaméral entre 1809 et 1974.

« La chambre haute, qui porte souvent le nom de Sénat, est l'une des deux chambres du parlement dans un système bicaméral. En Europe, seize pays disposent actuellement d'une chambre haute. Plusieurs pays européens ont supprimé leur chambre haute, dont la Croatie, le Danemark, l'Islande, la Suède et la Turquie⁷ ».

Bien que la traduction, « den franska senaten », (avec l'ajout de *français*, Le Sénat français) soit utilisé en Suède, nous voulons seulement souligner que dans de nombreux textes on explique toutefois comment le ministère est structuré :

⁶ Fransk organisation som arbetar för att framför allt bevara den franska gastronomins kulturarv (<http://www.repasgastronomiquedesfrancais.org/mission-francaise-du-patrimoine-des-cultures-alimentaires/>)

⁷ <http://elections-en-europe.net/lexique/chambre-haute/>

”Senaten är den övre av de två kamrarna i Frankrikes parlament. Ledamöterna väljs inte i allmänna val, utan av folkvalda representanter för lokala administrativa församlingar”⁸ (Västerbottens-Kuriren, voir la bibliographie).

”*Senaten är det övre av de två kamrarna i Frankrikes parlament, ovanför nationalförsamlingen*” (Svt, voir la bibliographie).

On utilise aussi le mot « överhus » (chambre haute) pour expliquer, bien que ce mot montre peut-être plus l'importance (le niveau) du Sénat et non pas sa fonction :

« *Det franska överhuset, senaten, godkände på fredagen den omstridda lagändring som ska ge homosexuella par rätt till äktenskap* » (DN, voir la bibliographie)

Dans le TS, on a ajouté une explication et c'est la raison pour laquelle nous trouvons inadéquat d'expliquer davantage la signification dans ce contexte.

3.4 « Gastronomique »

(3) *Le repas gastronomique des Français*

Selon Svane, le terme « culturème » « désigne un phénomène qui est généralement accepté comme appartenant à une culture spécifique et avec la qualité de jouer un rôle pour la conception de cette culture » (In Eriksson, 2007 :133). « Il existe des culturèmes à plusieurs niveaux d'abstractions. Le niveau le plus élevé est constitué par les symboles nationaux (« le tricolore », « l'Elysée », « le Président de la République »). À un niveau intermédiaire, on trouve des coutumes liées à la culture générale d'un pays (« l'apéritif » et « la sieste » de la France [...] la fête de « Lucia » suédoise) (In Eriksson, 2007 : 134). À ce niveau, on peut placer « le repas gastronomique ». « Il arrive qu'un culturème appartenant à ce niveau d'abstraction semble être global mais qu'en réalité il fonctionne très différemment à travers le monde » (In Eriksson, 2007 : 134). Un repas gastronomique français est différent d'un repas Suédois. Les ingrédients peuvent varier, la préparation est différente et le rituel au cours de laquelle le repas est ingéré diffère aussi. En suédois, « la gastronomie » signifie « l'art de la haute cuisine⁹ » et « gastronomique » « ce qui a à voir avec gastronomie ». Si on traduit ce terme littéralement, c'est-à-dire en utilisant la même *dénotation* que l'on retrouve en français,

⁸ Notre traduction : Le Sénat est le plus élevé des deux chambres du Parlement français. Les membres ne sont pas sélectionnés dans une élection générale, mais par les représentants élus des communes administratives locales

⁹ *Norstedts svenska ordbok*

le mot est identique, « gastronomisk ». La CN semble exprimer le souhait que ce terme puisse être applicable à tous les repas et pas seulement aux repas issus de la haute cuisine.

Cette pratique[le repas gastronomique] est au contraire offerte à tous ceux qui veulent bien s'en donner la peine [...]. Une petite fricassée, un modeste plat de pâtes, une simple salade, peuvent évidemment être qualifiés de « gastronomie » pour peu qu'ils aient été préparées partagés avec soin et attention et qu'ils soient partagé par des convives agréables et heureux d'être ensemble. [...] cette idée échappe encore à beaucoup qui imaginent que le mot « gastronomique » rime automatiquement avec toque étoilée et addition salée (2011 : 124).

C'est le désir des auteurs de la CN d'associer au repas gastronomique un concept plus large, mais la question est de savoir si la connotation de ce terme peut avoir une autre identité. Le fait demeure qu'il exige des matériaux exquis et un savoir-faire pour préparer un repas gastronomique et ceci n'en est pas à la portée de tous. Chevrier exprime que « le terme est souvent dévoyé par ceux qui l'utilisent improprement en faisant uniquement référence à la cuisine des chefs étoilés. En fait, ils réduisent la gastronomie à la haute gastronomie, qui n'en est qu'une composante parmi d'autres » (Chevrier, 2011 : 55).

Même si l'intérêt pour la gastronomie se développe en Suède, on retrouve encore des plats assez simples qui sont les plus populaires dans la vie quotidienne. Le fait est qu'en tête de la liste, on trouve les spaghettis à la bolognaise et « les dix plats les plus courants représentent 72,4 pour cent de tous les dîners de la semaine en Suède selon une enquête regroupant 1070 suédois (*Sydsvenskan*). En outre, dans un journal local (*Tidningen Årsta/Enskede*, 2014 : 5), on a demandé à cinq Suédois s'ils cuisinaient durant la semaine (notre traduction) :

« Oui, habituellement quelque chose de simple, rapide à faire [...] »

« Oui, mais il a tendance à devenir un peu ennuyeux, de tous les jours, comme les boulettes de viande et des saucisses ». [...]

« Oui, habituellement les plats ordinaires, tel qu'un bloc de poisson congelé [...] »

Les spaghettis à la bolognaise peuvent, bien entendu, être faits avec soins et avec des ingrédients de qualité, mais la question demeure : la famille moyenne, a-t-elle vraiment l'énergie ou le temps pour cuire un repas gastronomique ? Où les connaissances ? Peut-être que l'intérêt pour la gastronomie ne va pas toujours au-delà de regarder des émissions de cuisine ou d'acheter des livres de cuisine qu'on utilise rarement. Est-il donc possible que le

lecteur cible qui a grandi dans un contexte culturel suédois puisse vraiment concevoir la notion de *repas gastronomique* par rapport à une tradition courante dans les foyers et pas seulement comme un repas que l'on savoure dans un restaurant de luxe ou lors d'une célébration ? Si « le mot gastronomie fait peur » (Chevrier, 2011 : 124) aux Français, qu'en est-il pour les Suédois, qui ont une relation plus distante avec la gastronomie ? Par conséquent, nous croyons que le temps, l'énergie et l'expertise est cruciale et pas seulement la volonté. C'est assez vrai dans les deux familles françaises et suédoises, mais sans doute moins remarqué en Suède, car sa tradition gastronomique est encore assez nouvelle, à l'exception des habitudes de la classe supérieure mentionnée dans l'introduction du mémoire. D'abord, le repas gastronomique implique l'achat d'aliments de qualité, une préparation soignée, puis une dégustation autour de la table. Nous pensons que ces moments, en Suède, sont réservés au week-end et aux célébrations de toutes sortes. On peut également discerner une différence entre un repas gastronomique français et un repas gastronomique suédois quant aux ingrédients. En Suède, des mets comme le hareng mariné, par exemple, pourraient être servis pendant des célébrations et l'on a souvent un buffet pour que l'on puisse prendre ce qu'on aime, sans servir d'entrées, ce qui est commun en France. Des chefs bien connus en Suède, comme Leif Mannerström par exemple, servent les mets ordinaires d'une manière plus « sophistiquée », mais cela ne semble pas s'être propagé aux foyers suédois. En 2012, Livsmedelsverket (Andersson, 2012) a fait une étude sur les habitudes alimentaires des Suédois qui a montré qu'ils mangent trop de graisses et de sucre. Ces habitudes alimentaires en bref:

- Huit sur dix mangent trop peu de fruits et légumes.
- Sept sur dix mangent trop peu de poisson.
- Neuf sur dix ne mangent pas assez de grains entiers.
- Huit sur dix mangent trop de graisses saturées.
- Quatre sur dix consomment trop de sucre.
- Sept personnes sur dix consomment trop de sel.

Cela indique que la compétence culinaire n'est pas très valorisée. Même si la CN pense que le repas gastronomique doit inclure tous les types de repas, et qu'il faut séparer la haute gastronomie de la gastronomie « bourgeoise, populaire, familiale, de rue etc. » (Chevrier, 2011 : 55), le mot « gastronomique » est sans doute toujours associé à la haute cuisine. Si on

fait une recherche spontanée sur Google, on ne trouve pas le mot « gastronomique » en rapport avec un repas suédois.

Ensuite, on peut comparer avec la façon dont les Américains regardent la nourriture en général :

Quand les Américains parlent de nourriture, ils parlent de nutrition et de santé [...]. Ils ne parlent pas d'autre chose que les graisses, les protéines et les calories. Lorsque les Français parlent de nourriture, ils parlent de goût et de qualité. Les Français reviennent souvent sur la joie de s'asseoir autour de la table et partager un bon repas entre amis ou en famille. Les Américains ne disent pas un mot sur le plaisir à manger (notre traduction) (Miki Agerberg, *Forskning.se*).

Les Suédois ont aussi tendance à, comme les Américains, se concentrer davantage sur les différents régimes et la santé et non pas sur le plaisir ou la socialisation. Ils sont très influencés par la cuisine américaine et la restauration rapide (voir l'étude ci-dessus par Livsmedelsverket). Même si, au cours des dernières années, les suédois sont passés plus à la nourriture asiatique (cuisine thaïlandaise et des sushis), c'est un autre plat, mexicain mais américanisé, qui est le plus populaire le vendredi soir, les tacos. La cuisine tex-mex, ou les tacos, constitue un concept dans lequel les Suédois peuvent se reconnaître : grande variété d'ingrédients dont beaucoup n'ont même pas besoin d'être cuits, et la possibilité de choisir ce qu'on veut. Le buffet scandinave et de Noël fonctionne de la même façon, ceci est confirmé par Anna Burstedt, étudiante en doctorat en ethnologie à l'Université de Lund. Elle prétend que les plats s'accordent bien avec le « modèle repas » suédois (Ida Thellenberg, *Expressen*). Bien que les ingrédients soient de haute qualité une connaissance de l'art culinaire n'est pas nécessaire. Le saumon fumé, par exemple, peut être servi directement sur la table.

Malheureusement, en France aussi une vue différente du repas et de socialisation peut être discerné. « Si la commensalité tend à disparaître au profit d'un mode plus individualiste, elle se recrée lors de repas festifs et conviviaux » (Francis Duriez, *Rungisinternational.com*). Ce, nous avons discuté plus tôt dans le texte, est déjà le cas en Suède. L'individualisme a certainement un grand impact sur les habitudes alimentaires des Suédois et de nombreuses personnes, en particulier dans les grandes villes, vivent dans des foyers simples. La conclusion que nous pouvons tirer est qu'il n'est pas si évident de traduire le mot « gastronomique » littéralement et qu'il existe une différence culturelle. Néanmoins, nous avons choisi de traduire « gastronomique » par « gastronomisk » malgré le fait que ce terme puisse être associé avec un repas de la haute cuisine.

3.4.1 « Gourmand/e »

(117) *En France, toutes les « fêtes gourmandes » [...] s'accompagnent systématiquement d'un repas gastronomique qui réunit l'ensemble des organisateurs et des participants.*

On ne peut pas traduire « fêtes gourmandes » par « gourmandfester », car la signification du mot gourmand c'est quelqu'un qui mange beaucoup, plutôt un « glouton ». Donc, « gourmetfester » (« fêtes gourmets ») fonctionne dans un contexte suédois. Nous pouvons ainsi constater que les termes *gastronomique*, *gourmand* et *gourmet* sont dérivés du français (d'origine grecque), mais ont cependant d'autres significations lorsqu'ils sont utilisés en suédois.

3.6 Mariage et marier (des mets et des vins)

(22) *mariage des mets et des vins*

Le sens original, un mariage entre deux personnes, a été déplacé pour symboliser l'union entre le met et le vin. En examinant deux sites Internet suédois qui traitent de la nourriture et du vin, on trouve que le mot « giftermål » (mariage¹⁰) est utilisé :

Många gånger krävs även lite justeringar i receptet för att allt ska falla på plats och giftermålet mellan mat och vin (nous soulignons) är ett faktum¹¹. (Notre traduction : Plusieurs fois, quelques ajustements sur la recette sont nécessaires pour que tout se mette en place, et pour que le mariage des mets et des vins soit établi)

Hallbus Vin har provat sig igenom ett antal Pinot Noir viner från Bourgogne och till detta åt vi confiterad anka, ytterligare ett giftermål mellan vin och mat (nous soulignons) som höjer kombinationen till oanade nivåer, a perfect match¹². (Notre traduction : Hallbus Vin a dégusté un certain nombre de vins de Pinot Noir de Bourgogne, et avec ces vins, nous avons mangé le confit de canard, un autre mariage entre le vin et la nourriture qui soulève la combinaison à des niveaux inimaginables, une adéquation idéale)

Il est impossible de déterminer si ces pages sont linguistiquement fiables, mais le fait est que le terme est également utilisé en suédois. Il est à noter que dans un article sur le site de TV4 le mot « giftermål » (mariage) est mis entre guillemets.

¹⁰ Étymol. et Hist. *Ca* 1145 «celui qui est uni à une femme par le mariage» *prendre mari* «épouser» (WACE, *Conception N. D.*, 1154 ds T.-L.). Du lat. class. *maritus* «*id.*» (lui-même dér. de *mas*, *maris* «mâle») qui a éliminé *vir* «homme», d'où «mari, époux». (<http://www.cnrtl.fr/definition/mari>)

¹¹ <http://www.polarica.se/Konsument/Viltskola/Vilt--vin/>

¹² <http://www.hallbusvin.se/recept/confiterad-anka-c-241-1.aspx>

För bra "giftermål" (nous soulignons) mellan maten och vinet bör det senare ha en viss syra¹³ (TV4). (Notre traduction: Pour un bon «mariage» entre la nourriture et le vin, le vin doit avoir une certaine acidité »)

Même un écrivain dans *Framsteg och Forskning* (Nyström, Jesper) choisit de mettre ces mots entre guillemets:

Den molekylära gastronomin försöker bland annat bygga teorier om varför vissa smaker "gifter sig med varandra". (Notre traduction : La gastronomie moléculaire essaye, entre autres, de construire des théories sur la raison pour laquelle certaines saveurs « se marient ».

C'est pourquoi nous avons choisi de faire la même chose dans la traduction, car cette expression ne semble pas être ancrée dans la langue suédoise.

(55) c) *Marier mets et vins*.

Marier est un verbe transitif direct au sens de « donner en mariage »¹⁴. En suédois, il faut utiliser un verbe à particule, « gifta bort »¹⁵, ou le verbe « viga » (célébrer un mariage), deux verbes qui ne fonctionnent pas dans ce contexte. Pour cette raison on ne peut pas traduire littéralement en « gifta mat och viner », car cette phrase n'est pas idiomatique. En français, « marier » signifie également « d'unir » au sens figuratif¹⁶, mais en suédois « unir » (förena) rendrait l'expression imprécise. Malgré cela, on trouve plusieurs exemples sur Internet avec l'expression « förena mat och vin ». Sur un site alimentaire suédois, on tente d'inspirer ses lecteurs à combiner la nourriture et le vin: « *Lär dig att förena (nous soulignons) maten du lagar med rätt vin*¹⁷ » (Notre traduction : Apprenez à unir la nourriture que vous cuisinez avec le bon vin). Dans ce cas-là, nous aurions préféré le verbe « kombinera » (combiner). À notre avis, le sens sous-jacent pourrait donner l'impression que le vin et la nourriture seraient opposés et qu'il existerait entre eux une inimitié. La solution est donc d'utiliser une adaptation. Il y a d'autres termes qui sont communs quand on parle de nourriture et de boisson combinés en différentes saveurs telles que « samspel » (interaction). Ce terme implique plutôt que deux substances différentes peuvent interagir sans perdre leur individualité : "På tisdagskvällen samlades 80 deltagare i Jacob Hansens hus för att lära sig mer om samspelet

¹³ <http://www.tv4.se/nyhetsmorgon/artiklar/vecka-19-liselotte-wanre-%C3%B6stlunds-vintips-4fc3c49904bf72228b00d717>

¹⁴ http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=1315

¹⁵ få (någon som man har bestämmanderätt över) att gifta sig (Allén, 1990:324)-(notre traduction: forcer (un autre sur lequel on exerce l'autorité) à se marier

¹⁶ II.- Au fig. Accorder, associer, mêler intimement, harmonieusement (des entités concrètes ou abstraites), <http://www.cnrtl.fr/lexicographie/mari%C3%A9>

¹⁷ <http://www.kakao.se/kombinera-mat-och-vin-2/>

mellan mat och vin¹⁸. (Notre traduction: Mardi soir, 80 participants se sont réunis dans la maison de Jacob Hansen pour en savoir plus sur l'interaction entre les aliments et le vin). Nous avons utilisé ce mot dans le TC: 55 c) *få till ett samspel (nous soulignons) mellan maträtter och vin.*

Nous concluons que le mot « mariage » fonctionne dans le contexte de la gastronomie quant à la LS et la LC. Par contre, « marier » a un sens plus large en français, tandis que les verbes correspondants suédois ne sont pas applicables. Les verbes « gifta bort » och « viga » ont encore une forte connexion à l'acte du mariage entre deux personnes et la construction semblerait étrange dans un contexte gastronomique.

4. Métonymie

4.1 L'idiome « La bonne chère »

Dans ce mémoire nous avons examiné des exemples métonymiques, car ils ont souvent une origine historique et culturellement spécifique qui peut être difficile à transférer à la langue cible. Kathryn Allen prétend que « Many of the metaphors pervasive in everyday language are products of their time, and cannot therefore be accounted for without reference to culture » (Allen, 2006: 175). Par conséquent, nous croyons que les expressions figuratives trouvées dans le TS sont intéressantes à explorer par rapport à un contexte culturel. La définition de la métonymie est la suivante : « un procédé de langage par lequel on exprime un concept au moyen d'un terme désignant un autre concept qui, lui, est uni par une relation nécessaire (la cause pour l'effet, le contenant pour le contenu, le signe pour la chose signifiée). Par exemple, « boire un verre (le contenu), ameuter la ville (les habitants) ». (*Le Petit Robert*, 1993 : 1397). Peut-on aller jusqu'à prétendre que la métonymie dans les cas suivants implique un changement de sens lexical en un concept culturel, c'est-à-dire, la façon dont on se rattache au repas gastronomique et les rites et les traditions qui l'entourent. Allen dit qu'en étudiant l'origine d'une métaphore, on peut saisir comment elle se produit et de quelle manière les influences culturelles et linguistiques peuvent affecter le processus métaphorique (Stefanowitsch & Gries, 2006: 175). Si nous revenons à l'idiome (6) *la bonne chère*, l'aspect historique trouvé dans l'expression française n'existe pas en suédois ; « god mat, det goda köket » (bonne nourriture, la bonne cuisine).

¹⁸ <http://www.hd.se/lokalt/helsingborg/2011/01/25/har-bestammer-vinet-over-maten/>

Si le rapport entre SÉ1 et SÉ2 est d'ordre *analogique* dans la métaphore, le rapport entre les deux est d'ordre logique dans métonymie et synecdoque. En effet, la métonymie repose sur un transfert d'ordre logique, qu'on nomme association par *proximité, contiguïté* [...] entre SÉ1 et SÉ2. La métonymie peut donc s'appuyer sur une relation de voisinage entre les référents » (Cobo, 2009 : 16).

Cette relation de voisinage n'existe pas dans « god mat ». Le mot *chère*¹⁹ vient du latin *cara*, « visage ». Alors, le visage est une partie du corps qui a eu un sens important dans l'histoire française quant à la façon de manger. Le rite de manger n'incluait pas seulement un bon repas mais aussi un bon accueil, c'est-à-dire d'être accueilli par quelqu'un qui montre avec le visage que vous êtes bienvenu.

The most common sources of metaphors derive from the 'basic domain of experience,' meaning natural types of experience. These typically involve our bodies, our interactions with our physical environment and our interaction with other people in our culture ». Of these basic domains, « the human body is consistently the most frequent source, according to an analysis of figurative language over three centuries (Mol, 2003: 88).

Faire bon visage à qqn ('ta väl emot'-bien accueillir/ 'vara vänlig mot någon'-être gentil avec quelqu'un), le visage reste dans l'expression métonymique tandis que dans la traduction suédoise elle ne contient pas de partie de corps. Est-il donc nécessaire que le traducteur transfère le sens de cette expression au texte cible ? Le texte de l'Unesco a pour but d'expliquer un phénomène culturel, c'est-à-dire *le repas gastronomique* français, et peut-être est-il plus important d'essayer de transférer le sens étymologique dans une telle situation. En même temps, « the principal function of metaphor is to facilitate understanding, metonymy primarily has a referential function which is conventionally expressed as 'stand for' relationship » (Mol, 2003: 89). Elle fait également référence à d'autres linguistes qui ont étudié le sujet : Lakoff and Johnson (1980 :36), de Mendoza Ibañez (2000 : 113) et Barcelona (200 : 32-33).

¹⁹ chère n.f. -1567 ; *chière* 1080 ; bas latin *cara*, « visage » gr. *kara* « tête, visage » 1.vx *faire bonne chère à qqn*, lui faire bon visage, bon accueil. 2. (soutenu) *faire bonne chère* : faire un bon repas. (*Le petit Robert*)

Mol parle du fait que « le cœur est un conteneur d'émotions et la tête un conteneur de pensées et d'images » (2003 : 96). Ainsi, on peut dire que *le visage (la chère)* est une extension du cœur et de la tête, car dans le visage on peut lire aussi bien les pensées que les sentiments. Cependant, le sens métonymique, c'est-à-dire accueillir une personne en montrant un visage amical lorsqu'on sert un repas, est perdu dans la traduction. En suédois, le sens est seulement « un bon repas », sans l'accueil, et cette différence culturelle est donc difficile à transmettre. Ce que l'on pourrait imaginer comme solution est une *adaptation* dans le style de « en gastronomisk måltid i gemytlig miljö/i trevligt sällskap » (un repas gastronomique convivial/en bonne compagnie), mais il n'en demeure pas moins que l'idiome *la bonne chère* est perdu et on ne l'a pas réellement remplacé avec un idiome ou une référence culturelle suédoise. Comme nous l'avons noté précédemment, *la bonne chère* manque d'équivalence en suédois.

4.2 « Gourmand/e »

L'origine du mot « gourmand/e » est inconnue ou très incertaine selon *Le Petit Robert*, mais il est probablement apparenté au mot *gourmet*²⁰ qui semble avoir été un déplacement métonymique, lorsqu'il signifiait auparavant un valet de marchand de vins. Ce qui est intéressant, c'est qu'au plus tard en 1757, un gourmand signifie une « personne qui sait apprécier la bonne chère²¹ ».

4.3 « Marier »

Dans la culture cible, les expressions figuratives comme « marier mets et vins » sont encore si nouvelles qu'on les met entre guillemets.

La conclusion que l'on peut en tirer est que les expressions métonymiques qui ont trait à l'alimentation et à l'intégration avec la famille, les amis et les voisins autour d'un repas ont été intégrées dans la vie de tous les jours et ne sont plus perçues comme figurées dans la culture source.

5. Genre du texte

²⁰ *Gourmet*-n.m. –XV^e ; *grommes* 1352; a.fr. *gromet* « valet (de marchand de vins) » ; o.i. un rapport s'est établi avec *gourmand*. (*Le petit Robert*)

²¹ 2. av. 1757 « personne qui sait apprécier la bonne chère » (cnrtl.fr/etymologie/gourmet)

La langue d'un texte informatif « transmet des connaissances, des données et des informations. Le point de départ du message se trouve déjà dans l'information, le contenu du texte, et la tonalité du message est objectivement neutre » (Ingo, 2007 : 127). Cependant, il y a très peu de textes qui sont « objectivement neutres » si on ne parle pas de textes purement techniques par exemple, comme un manuel d'instructions. Le TS traite d'un phénomène humain universel comme le repas gastronomique et même s'il est informatif, on peut difficilement décrire tous les aspects de ce repas sans l'utilisation d'expressions telles que *la bonne chère* qui a un sens figuré. Ce qui contribue au fait que les écrivains doivent aussi s'exprimer d'une manière plus expressive en apportant de l'émotion.

(6) *D'autres noms sont donnés couramment au repas qualifié de « gastronomique », un terme qui renvoie, dans la langue française, à la culture populaire du bien manger et du bien boire : repas festif, festin, banquet, gueuleton, bonne bouffe (dans les jeunes générations) où se pratique « l'art de la bonne chère ».*

Ainsi, l'analyse a révélé que la CN n'est pas seulement *informatif* mais aussi *opérative*. Dans la partie « Gastronomique » ci-dessus, nous avons constaté que les auteurs de la CN utilisent la notion « le repas gastronomique » pour tous les repas français et non pas seulement ceux de la haute cuisine. Leur désir de populariser le repas festif en le nommant « gastronomique » est une tentative d'influencer les lecteurs et ceux qui ont le pouvoir d'apporter ce changement. Par conséquent, il n'est pas seulement informatif :

(140) *l'Etat encouragera les grandes manifestations culturelles nationales à intégrer un volet dédié au repas gastronomique.*

6. Conclusion

Il peut paraître inutile de nommer un repas gastronomique pour une liste patrimoine, mais à notre avis la nourriture et le fait de la partager avec d'autres, en buvant aussi du bon vin, sont vraiment importants à cultiver, surtout dans une société dans laquelle de plus en plus de gens achètent du prêt-à-manger et sont assis en face de l'ordinateur au lieu de se rencontrer face à face. On peut vivre sans une langue, car il y a d'autres façons de communiquer, mais l'homme ne survit pas sans manger. La langue est plus compliquée que le repas gastronomique, mais en même temps il faut apprendre à utiliser les couverts à table, à se comporter, à communiquer avec ses voisins de table et à comprendre les codes sociaux.

Le but de cette étude a été d'analyser les stratégies employées pour traduire en suédois un texte français contenant des références culturelles. Dans l'analyse, nous nous sommes basés sur les stratégies de Vinay et Darbelnet, de Brynja Svane et Rune Ingo. Nous voulions aussi essayer de déterminer si des difficultés surgissent lors de la traduction lorsque le texte traite d'un sujet aussi universel que le repas. Quelles sont les différences et les similitudes entre la culture française et suédoise en matière de traditions d'un repas gastronomiques ?

Pour répondre à la question posée dans l'introduction, en ce qui concerne des similitudes et des différences entre les traditions françaises et suédoises autour d'un repas gastronomique, la réponse doit être qu'il n'y a pas de solutions faciles ou évidentes. Nous soutenons que dans la traduction de phénomènes culturels, l'accent est mis sur le public cible qui a besoin de comprendre la culture du texte source. Nous croyons aussi que les solutions pour adapter le texte cible à sa propre culture ne sont pas toujours satisfaisantes. Cela répond également à des stratégies spécifiques utilisées le plus lors de la traduction du TS, à savoir l'*adaptation* et le *complément du texte*. Nous concluons, aussi, que le texte est principalement informatif, car il ne contient pas une imagerie importante (des métaphores par exemple). Nous pouvons également conclure qu'un phénomène humain universel comme un repas avec les rites et traditions qui lui sont associés, ne signifie pas que la traduction devient en quelque sorte « facile ». Même les mots que la culture française et la culture suédoise partagent, « gastronomique », « gourmet » et « gourmand », posent des problèmes puisque les deux cultures ne les utilisent pas de la même façon. Nous avons eu des discussions longues et intéressantes avec une de notre informante française, mais celle-ci a parfois fini par l'observation que nous n'avons même pas de réponses définitives quand il s'agissait de nos propres cultures.

Il aurait également été intéressant d'examiner les facteurs qui ont mené la France à développer une culture gastronomique de renommée mondiale, et les façons dont la langue et encore la tenue de traditions a non seulement créé des plats étonnants, mais aussi un site du patrimoine mondial en termes de savoir-faire.

Pour conclure, cette analyse a renforcé encore davantage notre opinion qu'il est impossible de traduire un texte de façon qu'il exprime exactement ce que le texte original véhicule. Donc, les théories et les stratégies de traduction ne peuvent fournir que des aides ou des descriptions du processus de traduction. Ce qui se passe alors dans la situation réelle où le traducteur envoie un message d'une langue à l'autre est très individuel.

Nous souhaitons terminer cette étude avec quelques lignes d'une définition de la culture culinaire française qui est probablement partagée par de nombreux Français :

A l'étranger, l'art de vivre à la française est apprécié, recherché, envié... Est-ce notre culture, notre patrimoine, notre gastronomie, notre climat...? C'est tout à la fois. Le modèle culinaire français, que nous préférons nommer la « culture alimentaire française » occupe une place certaine dans la perception qu'ont les étrangers de la France, qu'ils qualifient comme le pays de l'art de vivre. Cet attribut repose sur des fondements culturels bien spécifiques et très ancrés (Un certain art de vivre, www.franceagroalimentaire.com).

7. Bibliographie

Agerberg, Miki. Forskning.se. [En ligne] Disponible sur :

<http://www.forskning.se/nyheterfakta/teman/fetma/varforamerikanerfetareanfransman.4.61c03dad1180e26cb8780005658.html> (consulté le 24/11/2014)

Allan, Kathryn. 2006. «On groutnolls and nog-heads: A case study of the interaction between culture and cognition in intelligence metaphors». In *Trends in linguistics. Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*. Stefanowitsch, Anatole & Gries, Stefan (éd.). Berlin: Mouton de Gruyter, pp.175-190

Andersson, Inger. 2012. «Dåliga matvanor hotar den svenska folkhälsan». [En ligne] Disponible sur : <http://www.dn.se/debatt/daliga-matvanor-hotar-den-svenska-folkhalsan/> (consulté le 07/01/2015)

Chevrier, Francis. 2011. *Notre Gastronomie est une culture*. Paris : François Bourin Éditeur.

Cobo Aragón, Marina. 2009. *La sauce des tropes dans le lexique de la gastronomie Française: Approche sémantique et pragmatique*. Neuphilologische Mitteilungen, Juhani Harma, Harjo Korhonen & Terttu Nevalainen. (eds).

Convention for the Safeguarding of the intangible cultural heritage,
<http://www.unesco.org/culture/ich/fr/RL/00437> (traduction anglaise)

Dagens Nyheter. «Franska senaten säger ja till homoäktenskap». [En ligne] Disponible sur : <http://www.dn.se/nyheter/varlden/franska-senaten-sager-ja-till-homoaktenskap/> (consulté le 06/10/2014)

Duriez, Francis. «Modes alimentaires des Français : Les nouveaux comportements». [En ligne] Disponible sur : <http://www.rungisinternational.com/fr/bleu/enquetesrungisactu/ModesAlimentaires634.asp> (consulté le 22/09/2014)

Eriksson, Olof. 2007. *Översättning och Kultur. Föredrag från ett symposium vid Växjö universitet 17-18 november 2006*. Växjö: Växjö University Press.

Gastronomi Sverige. «The secrets of the Swedish terroir». [En ligne] Disponible sur : <http://gastronomisverige.se/en/the-secrets-of-the-swedish-terroir/> (consulté le 22/09/2014)

Hall, Edward T. & Trager, George. 1953. *The analysis of culture*. Washington

Ingo, Rune. 2007. *Konsten att översätta*. Lund: Studentlitteratur AB.

L'UNESCO. Formulaire de candidature. *Convention pour la Sauvegarde du Patrimoine Culturel Immatériel*. <http://www.unesco.org/culture/ich/fr/RL/00437>

Mol, Susan. *Head and heart: Metaphors and metonymies in a cross-linguistic perspective. Translation and Corpora*. Selected Papers from the Göteborg-Oslo Symposium 18-19 October 2003. Edited by Karin Aijmer & Hilde Hasselgård.

Munday, Jeremy. 2012. *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. 3d edition. Oxon: Routledge.

Nyström, Jesper. 2013. «Jakten på den perfekta smaken». *Framsteg och Forskning*. [En ligne] Disponible sur: <http://fof.se/tidning/2013/6/artikel/jakten-pa-den-perfekta-smaken> (consulté le 22/09/2014)

Rönnheim, Kjell. 2002. *Franska idiom*. Falun: Nya Doxa.

Språkrådet. 2010. *Svenska skrivregler*. Egypten: Sahara Printing.

Stefanowitsch, Anatole & Gries, Stefan (éd.). 2006. *Trends in linguistics. Corpus-Based Approaches to Metaphor and Metonymy*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Svane, Brynja. 2002. *Hur översätter man verkligheten?* Stockholm: Elanders Gotab.

Svane, Brynja. 2007. *Culturèmes, référence et les mots pour le dire-la traduction française de Jens Peter Jacobsen : « Mogens »*. In *Översättning och Kultur. Föredrag från ett symposium vid Växjö universitet 17-18 november 2006*. Eriksson, Olof. (red.) Växjö: Växjö University Press. (pp.131-137)

Svane, Brynja & Nøjgaard, Morten (red.) (2007). *Réalisme, naturalisme et réception-problèmes esthétiques et idéologiques envisagé dans une perspective scandinave, français ou comparative*. Uppsala: Acta Universitatis Upsaliensis.

SVT. «Nationella fronten tar plats i franska senaten». [En ligne] Disponible sur : <http://www.svt.se/nyheter/varlden/nationella-fronten-tar-plats-nar-hogern-tar-over-franska-senaten> (consulté le 6/10/2014)

Sydsvenskan. «Här är svenskarnas favoritmat-spagetti med köttfärssås toppar listan». [En ligne] Disponible sur : <http://www.sydsvenskan.se/mat--dryck/har-ar-svenskarnas-favoritmat/> (consulté le 26/09/2014)

Thellenberg, Ida. «Så blev tacos och texmex hela Sveriges fredagsmys». [En ligne] Disponible sur : <http://www.expressen.se/nyheter/sa-blev-tacos-och-texmex-hela-sveriges-fredagsmys/> (consulté le 26/09/2014)

Tidningen Årsta/Enskede. Nummer 41. 11 oktober-17 oktober 2014. Årgång 4.

Vinay Jean-Paul & Darbelnet Jean. 1977. *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Didier : Paris.

Västerbottens-Kuriren. «Nationella fronten invalt i senaten». [En ligne] Disponible sur: <http://www.vk.se/1287287/nationella-fronten-invalt-i-senaten> (consulté le 29/09/2014)

Dictionnaires

Allén, Sture et al.1990. *Norstedts svenska ordbok*. Göteborgs Universitet: Språkdata, Sture Allén och Norstedts förlag.

Robert, Paul. 1993. *Le nouveau petit Robert. Dictionnaire de la langue Française*. Montréal : DICOROBERT Inc.

Littérature parallèle

Le repas gastronomique des Français,

<http://www.repasgastronomiquedesfrancais.org/mission-francaise-du-patrimoine-des-cultures-alimentaires/>

Le Monde, http://www.lemonde.fr/livres/article/2011/06/10/notre-gastronomie-est-une-culture-de-francis-chevrier_1534501_3260.html

Franceagroalimentaire, <http://www.franceagroalimentaire.com/agroalimentaire-francais/l-industrie-agroalimentaire/un-certain-art-de-vivre>

Planète Terroirs, http://www.unesco.org/mab/doc/moreThemes/F_planeteTerroire.pdf

Nyhetsmorgon, <http://www.tv4.se/nyhetsmorgon/artiklar/vecka-19-liselotte-wanre-%C3%B6stlunds-vintips-4fc3c49904bf72228b00d717>

Informantes francophones

Sara Elman, Stockholm et Paris. sara.elman@hotmail.fr

Chantal Albépart-Ottesen, Professeur de français à Linnaeus University, Växjö.
chantal.ottesen@lnu.se

Lecteurs cibles

Maria Forsell et Alexandra Quensel

Commentaire de Sara Elman (informante) sur « Le repas des anciens » 20 :

« Les associations en questions ont été d'ailleurs créées le 11 novembre 1918, le jour même de l'Armistice, telles que l'Union National des Combattants ou bien l'Association Républicaine des Anciens Combattants qui prend parti pour l'extrême gauche. Mais toutes les associations n'ont pas un but politique. En effet, au niveau national, les manifestations et associations, sont parfois aussi créées en vue de développer le culte du souvenir, et de le répandre au fil des années et donc des générations. Par exemple, autour du 11 novembre, les anciens camarades se retrouvent autour d'un repas festif, afin de raconter ce que parfois certains ne peuvent dire dans leurs familles.

Alors, la tradition s'est perpétuée mais a notamment pris une autre tournure que celle de l'époque de l'après-guerre. Aujourd'hui, le repas des anciens se commémore une fois par an dans toutes les municipalités de France et seuls les seniors y participent. Elle n'a plus forcément lieu uniquement le 11 novembre».



**LE REPAS
GASTRONOMIQUE
DES FRANÇAIS**

PATRIMOINE MONDIAL DE L'HUMANITÉ