

Reçu le 02/07/2025

Accepté le 29/11/2025

Supports Numériques Touristiques : Pluralité Linguistique et Traduction à L'ère du Digital

Digital Tourist Medium : Linguistic Diversity and Translation in the Digital Age

Meriam BENLAKDAR*¹, Ahlem HAL²

¹Université Sétif 2, Algérie, m.benlakdar@univ-setif2.dz

²Université Mascara, Algérie, ahlem.hal@univ-mascara.dz

Résumé

À l'ère numérique, la pluralité linguistique et la traduction sont cruciales pour le secteur du tourisme. Cette étude examine comment la diversité linguistique, à travers des traductions et des adaptations culturelles, influence la perception des destinations par un public multilingue. La méthodologie repose sur une analyse qualitative de contenus provenant de guides touristiques numériques, de réseaux sociaux et de forums de voyage, permettant d'évaluer la fidélité des traductions et la pertinence des éléments culturels pour les lecteurs francophones et anglophones. Cette recherche vise à améliorer la communication interculturelle dans le tourisme. En identifiant les défis et opportunités liés à la pluralité linguistique, nous souhaitons formuler des recommandations pour optimiser les contenus numériques, contribuant ainsi à une expérience enrichissante pour les voyageurs et à l'amélioration des offres des acteurs du secteur.

Mots-clés : langue, pluralité, traduction, tourisme, support numérique

Abstract

In the digital age, linguistic plurality and translation are crucial for the tourism sector. This study examines how linguistic diversity, through translations and cultural adaptations, influences the perception of destinations by a multilingual audience. The methodology relies on a qualitative analysis of content from digital travel guides, social media, and travel forums, allowing for the evaluation of the fidelity of translations and the relevance of cultural elements for both French and English readers. This research aims to improve intercultural communication in tourism. By identifying the challenges and opportunities related to linguistic plurality, we seek to formulate recommendations to optimize digital content, thereby contributing to a more enriching experience for travelers and enhancing the offerings of industry stakeholders.

Keywords : language, plurality, translation, tourism, digital medium

* Auteur correspondant : m.benlakdar@univ-setif2.dz

Introduction

À l'ère du digital, la pluralité linguistique et la traduction jouent un rôle crucial dans le secteur du tourisme. Les supports numériques touristiques, tels que les sites web, les applications et les réseaux sociaux, sont devenus des outils indispensables pour la promotion des destinations et l'engagement des voyageurs. Cependant, la question se pose : Comment la pluralité linguistique, à travers les traductions et les adaptations culturelles, influence-t-elle la perception des destinations par un public multilingue ?

Cette étude émet l'hypothèse que la pluralité linguistique, à travers des traductions et des adaptations culturelles adaptées, influence positivement la perception des destinations touristiques par un public multilingue en améliorant l'accessibilité de l'information et en renforçant l'engagement émotionnel des voyageurs. Nous proposons d'analyser des exemples concrets issus de différents supports numériques, en examinant la fidélité des traductions et la pertinence des éléments culturels adaptés pour des lecteurs de langues française et anglaise.

La méthodologie adoptée inclut une analyse qualitative de contenus provenant de guides touristiques numériques, de publications sur les réseaux sociaux, et de forums de voyage. Cette approche permettra de mettre en évidence les forces et les faiblesses des traductions, ainsi que leur impact sur l'engagement des utilisateurs.

L'importance de cette étude réside dans la nécessité d'améliorer la communication interculturelle dans le secteur touristique. En identifiant les défis et les opportunités liés à la pluralité linguistique, nous visons à proposer des recommandations pour optimiser les contenus numériques, contribuant ainsi à une expérience plus enrichissante pour les voyageurs du monde entier. Les objectifs de cette recherche sont d'évaluer la qualité des traductions, d'explorer l'impact de la pluralité linguistique sur l'engagement des utilisateurs, et de fournir des pistes d'amélioration pour les acteurs du secteur touristique.

1. La pluralité linguistique

La pluralité linguistique, reflet de la diversité culturelle, constitue un pilier fondamental de la communication et de l'échange intellectuel, contribuant par là même à l'enrichissement des interactions humaines et au renforcement de la compréhension mutuelle. Elle représente « le constat de la coexistence de plusieurs langues sur un territoire ou différents territoires » (Leclercq, 2002, p. 34) En d'autres termes, la pluralité linguistique implique que plusieurs langues peuvent être parlées simultanément dans un même espace géographique. Cela peut enrichir les interactions sociales et culturelles, mais aussi poser des défis en matière de communication, de compréhension et d'intégration. Elle se manifeste généralement dans des pays, des régions, ou mêmes des villes où coexistent des langues dominantes, des dialectes et des langues minoritaires. Par exemple, au Canada, le français et l'anglais coexistent comme langues officielles. Dans certaines régions, comme le Québec, le français est prédominant, tandis que dans d'autres provinces, l'anglais est plus courant. Cette coexistence influence la politique, l'éducation et les médias. Par ailleurs, la Belgique est un exemple de pluralité linguistique avec trois langues officielles : le néerlandais, le français et l'allemand. Chaque communauté linguistique a ses propres institutions, ce qui reflète la diversité culturelle et linguistique du pays. En Inde, il existe une multitude de langues, avec 22 langues reconnues

officiellement. Le hindi et l'anglais sont largement utilisés, mais de nombreuses langues régionales, comme le bengali ou le tamoul, sont également parlées, illustrant la richesse linguistique du pays.

Il convient de souligner que le pluralisme ne supprime pas les différences entre les situations des langues majoritaires et celles des langues minoritaires, mais il prévient la transformation de ces différences en hiérarchies et veille à ne pas sous-estimer la valeur symbolique de certaines initiatives, en particulier dans le domaine de l'éducation. (Leclercq, 2002, p. 34) Dans des pays comme le Canada, les programmes d'éducation bilingue en français et en anglais reconnaissent la valeur des deux langues sans en favoriser une au détriment de l'autre. Cela permet aux élèves de bénéficier d'une formation dans leur langue maternelle tout en apprenant une autre langue, valorisant ainsi les deux cultures. En Nouvelle-Zélande, des programmes de revitalisation de la langue maorie ont été instaurés. Bien que le maori soit une langue minoritaire par rapport à l'anglais, ces initiatives bénéficient d'un soutien et d'un respect qui soulignent leur valeur culturelle et identitaire. Par ailleurs, Des festivals linguistiques, comme ceux organisés en Afrique du Sud, mettent en avant les langues minoritaires à travers des performances artistiques et des ateliers. Ces événements valorisent la diversité linguistique sans établir de hiérarchie entre les langues. Ces exemples montrent comment le pluralisme peut être mis en œuvre de manière à respecter et valoriser toutes les langues sans créer de divisions hiérarchiques.

La pluralité linguistique, reflet de la richesse culturelle d'une société, joue un rôle crucial dans la promotion de la diversité, le renforcement des échanges interculturels et la préservation des identités locales. Elle est souvent « considérée comme un fait normal, naturel et même souhaitable dans bien des pays » (Cahiers Pédagogiques, 1970, p. 71) Par exemple, en Suisse, les quatre langues nationales — allemand, français, italien et romanche — favorisent une coexistence harmonieuse et enrichissent le tissu social. Cette diversité linguistique permet aux citoyens d'accéder à une variété de cultures et de perspectives, renforçant ainsi la cohésion sociale. De même, au Canada, la reconnaissance du français et de l'anglais comme langues officielles favorise le respect et l'échange entre les communautés francophones et anglophones, tout en valorisant les langues autochtones. Les initiatives éducatives et culturelles visant à promouvoir ces langues témoignent de leur importance dans la construction d'une identité nationale inclusive. Enfin, en Afrique du Sud, la constitution reconnaît 11 langues officielles, chacune représentant une culture et une histoire uniques. Cette pluralité linguistique non seulement protège les droits linguistiques des minorités, mais enrichit également le patrimoine culturel du pays, favorisant un dialogue interculturel essentiel dans un contexte postapartheid. Ainsi, la pluralité linguistique est un atout majeur pour le développement social, culturel et économique des sociétés contemporaines, en offrant des opportunités d'apprentissage et de compréhension mutuelle. Par ailleurs, la pluralité linguistique émerge comme un levier essentiel pour dynamiser le tourisme, le marketing et les échanges commerciaux.

1.1. La pluralité linguistique à l'ère numérique

L'émergence des technologies numériques a permis une diffusion plus large des langues. Les plateformes de médias sociaux et les applications multilingues facilitent les échanges interculturels et améliorent la visibilité des langues minoritaires. La pluralité linguistique à l'ère du numérique est un phénomène qui transforme la manière dont les langues interagissent et coexistent. Avec l'avènement d'Internet et des technologies de communication, les barrières linguistiques se réduisent, permettant une diffusion plus large des langues minoritaires et une meilleure accessibilité aux ressources en ligne. Selon Grin (2019), le numérique offre des plateformes qui favorisent l'expression des langues moins représentées, renforçant ainsi leur

visibilité et leur viabilité dans un monde globalisé. Cette dynamique contribue à la sauvegarde et à la revitalisation des langues en danger, qui bénéficient de nouvelles opportunités d'échanges culturels et linguistiques.

Cependant, cette même technologie pose des défis significatifs à la diversité linguistique. La prédominance des langues majoritaires, principalement l'anglais, dans les espaces numériques peut entraîner une homogénéisation linguistique, où les langues minoritaires risquent de perdre leur pertinence (Crisp, 2020). De plus, les algorithmes de traduction automatique, bien qu'utiles, ne capturent souvent pas les nuances culturelles et contextuelles des langues moins courantes, ce qui peut mener à des malentendus et à une dévaluation de leur richesse (Baker, 2021). La tendance à privilégier les langues dominantes dans les technologies numériques peut ainsi aggraver les inégalités linguistiques.

Pour faire face à ces défis, il est crucial de promouvoir des politiques linguistiques inclusives qui soutiennent la diversité linguistique dans le monde numérique. Cela inclut la création de contenus numériques dans plusieurs langues et l'encouragement de l'usage des langues minoritaires sur les plateformes numériques (González, 2022). En outre, le développement d'outils de traduction adaptés aux langues moins représentées est essentiel pour garantir que toutes les voix soient entendues et que la pluralité linguistique soit préservée. Ainsi, l'ère numérique peut devenir un vecteur de diversité linguistique, à condition que des efforts concertés soient entrepris pour soutenir toutes les langues. La pluralité linguistique à l'ère du numérique se traduit également par des applications d'apprentissage des langues, telles que Duolingo, qui propose des cours dans des langues moins courantes comme le gallois, le swahili et l'irlandais. De plus, des plateformes de traduction collaborative comme Tatoeba mettent à disposition un corpus de phrases traduites dans de nombreuses langues, y compris des langues minoritaires.

2. Défis de la traduction dans un contexte multilingue :

La traduction dans un contexte multilingue présente des défis complexes, exigeant une compréhension approfondie des nuances linguistiques et culturelles pour assurer une communication précise et appropriée entre les différentes langues. En effet, chaque langue porte des spécificités qui peuvent influencer le sens et le ton du message original. Ainsi, la traduction est un processus complexe qui "implique donc une analyse textuelle préliminaire qui conditionne le profil du texte" (Serban, 2011, p. 142).

Les traducteurs dans le contexte multilingue font face à des défis majeurs qui découlent des différences linguistiques et culturelles. L'une des principales difficultés réside dans la nécessité de saisir les nuances et les subtilités propres à chaque langue. Par exemple, des expressions idiomatiques ou des références culturelles peuvent ne pas avoir d'équivalent direct, rendant la traduction délicate. Selon Baker (2011), la compréhension des contextes culturels est essentielle pour éviter les malentendus et garantir une communication efficace. De plus, la diversité des dialectes et des variations régionales au sein d'une même langue complique encore davantage le processus de traduction, car le choix de la variante appropriée peut influencer la réception du message par le public cible.

Un autre défi majeur est l'utilisation de terminologies spécialisées dans des domaines tels que le droit, la médecine ou la technologie. La traduction de ces termes requiert non seulement une connaissance approfondie de la langue source, mais également une expertise dans le domaine concerné. Cela souligne l'importance de la compétence professionnelle des traducteurs, qui doivent être capables d'effectuer une recherche approfondie et de maintenir la précision terminologique (Gile, 2009).

L'intégration des nouvelles technologies, notamment l'intelligence artificielle (IA) et les outils de traduction, révolutionne le domaine de la traduction dans des contextes multilingues. Ces avancées améliorent la vitesse et l'efficacité, permettant le traitement de grandes quantités de texte et la communication en temps réel (Yvon, 2023). Les outils alimentés par l'IA, tels que Google Translate et DeepL, utilisent la traduction automatique neuronale (TAN) et des algorithmes d'apprentissage profond pour améliorer la précision et la compréhension contextuelle. Cependant, malgré ces progrès, la montée des outils de traduction automatique soulève des questions concernant la qualité et l'exactitude des traductions produites. Ces technologies, bien que pratiques, ne peuvent pas toujours saisir les nuances culturelles et contextuelles nécessaires. Par exemple, elles peuvent rencontrer des difficultés à traduire des idiomes ou des structures linguistiques complexes, ce qui peut entraîner des malentendus.

Face à ces limitations, le rôle du traducteur humain demeure essentiel pour garantir une communication précise et nuancée dans un monde de plus en plus multilingue. Une approche hybride, qui combine l'efficacité de l'IA avec l'expertise des traducteurs humains, est de plus en plus reconnue comme le modèle idéal pour obtenir des traductions précises et culturellement pertinentes (Jiménez-Crespo, 2025). Ainsi, lors de l'utilisation de l'IA dans la traduction, il est crucial de citer l'outil et de décrire comment il a été utilisé afin de maintenir la transparence et la qualité du processus de traduction.

3. Le tourisme dans le contexte plurilingue :

Le tourisme, en tant qu'activité économique et sociale, joue un rôle crucial dans le développement des pays et des régions. Il offre aux voyageurs l'opportunité d'explorer de nouvelles cultures, de découvrir des paysages variés et d'élargir leurs horizons. À l'ère de la mondialisation, le secteur du tourisme se transforme rapidement, s'adaptant aux nouvelles technologies et aux attentes des consommateurs, tout en soulignant l'importance de la durabilité et de la préservation des ressources locales.

Il convient de souligner que le tourisme, dans un contexte plurilingue, est intrinsèquement lié à la communication et à l'échange culturel. La capacité à interagir avec les touristes dans leur langue maternelle améliore non seulement leur satisfaction, mais contribue également à une expérience plus enrichissante et authentique (Žerajić, 2019). Les destinations touristiques qui valorisent et intègrent le plurilinguisme, par exemple en offrant des services et des informations dans plusieurs langues, se positionnent avantageusement sur le marché mondial (Vox Tours, 2024). En effet, la communication est cruciale pour gagner la confiance des clients et développer les affaires dans le secteur du tourisme (Žerajić, 2019).

Cependant, les barrières linguistiques peuvent entraver l'expérience touristique et avoir des répercussions économiques négatives. Les touristes peuvent éprouver des difficultés à s'orienter, à commander de la nourriture ou à obtenir des informations essentielles, ce qui peut entraîner de la frustration et une perception négative de la destination (Schneiders Sprach Service, 2023). Pour surmonter ces défis, il est essentiel que les acteurs du tourisme, tels que les hôtels, les restaurants et les offices de tourisme, investissent dans la formation linguistique de leur personnel et proposent des services de traduction de qualité (Žerajić, 2019). De plus, l'utilisation de supports visuels clairs et de technologies de traduction peut faciliter la communication et améliorer l'expérience globale des visiteurs (The Design Tourist, 2023).

3.1 Types et rôles des supports numériques touristiques :

Les supports numériques touristiques jouent un rôle essentiel dans la manière dont les voyageurs planifient, découvrent et vivent leurs expériences. Ces outils, allant des applications mobiles et sites web aux réseaux sociaux et plateformes de réservation, offrent une multitude d'informations et de services facilitant l'accès aux destinations et attractions. En adaptant leurs contenus aux besoins des utilisateurs, ces supports enrichissent l'expérience touristique et favorisent une communication efficace entre les acteurs du secteur et les voyageurs.

Parmi ces supports, les applications de voyage se distinguent par leur capacité à améliorer l'expérience à chaque étape du parcours. Elles offrent des fonctionnalités variées, allant de la réservation de vols et d'hébergements (Booking.com) à la navigation (Google Maps, 2023) et la découverte d'activités locales (Culture Trip). Les sites web des destinations, gérés par des offices de tourisme, fournissent des informations complètes sur les attractions et événements (Visit Finland, 2023). De plus, les guides touristiques numériques incluent des cartes interactives et des recommandations personnalisées (Manet Travel, 2025). Les réseaux sociaux et le contenu généré par les utilisateurs deviennent des sources d'inspiration incontournables, permettant aux voyageurs de partager leurs expériences et d'influencer les décisions des autres (WebFX, 2024). Enfin, les vidéos et le contenu audiovisuel offrent une immersion visuelle dans les destinations, suscitant l'envie de voyager et fournissant un aperçu authentique des lieux à visiter (Buzz, 2024). Ensemble, ces outils transforment la façon dont les touristes interagissent avec les destinations et planifient leurs voyages.

De plus, les applications de voyage sont des outils numériques conçus pour faciliter et enrichir l'expérience touristique. Elles proposent une gamme variée de fonctionnalités, allant de la réservation de vols et d'hébergements à la planification d'itinéraires et à la découverte d'activités locales (PCMag, 2025). Parmi les applications les plus populaires, on trouve des plateformes comme Booking.com et Expedia, qui permettent de comparer les prix et de réserver facilement des services de transport et d'hébergement. Les applications de navigation, telles que Google Maps, sont également cruciales pour s'orienter dans des lieux inconnus et découvrir des points d'intérêt.

Certaines applications se spécialisent dans les guides touristiques numériques, offrant des informations détaillées sur les attractions et les activités culturelles (SmartGuide, 2024). Ces guides incluent souvent des cartes interactives et des fonctionnalités de réalité augmentée pour enrichir l'expérience des utilisateurs. D'autres, comme Culture Trip, mettent en relation les voyageurs avec des habitants locaux pour des visites guidées personnalisées et des expériences authentiques. En somme, ces applications sont devenues des compagnons indispensables pour les voyageurs modernes, offrant commodité, informations et inspiration pour des voyages mémorables.

4. Analyse de la pluralité linguistique et de la traduction dans les supports touristiques numériques :

Dans cette section, nous examinerons la pluralité linguistique et le rôle de la traduction dans les supports touristiques numériques. Pour ce faire, nous adopterons une méthodologie qualitative combinant l'analyse de contenu et l'étude de cas. Nous commencerons par identifier et analyser divers supports numériques, tels que les sites web, les sites web de destinations, les réseaux sociaux et les forums de voyage en mettant en lumière les stratégies de traduction utilisées. Ensuite, nous évaluerons la pertinence culturelle et l'efficacité de ces

traductions. Cette approche nous permettra d'identifier les meilleures pratiques et les défis rencontrés dans le secteur du tourisme numérique.

A. Méthodologie d'analyse

Les éléments suivants permettront de structurer une analyse rigoureuse de la pluralité linguistique et du rôle de la traduction dans les supports numériques touristiques, tout en identifiant les meilleures pratiques pour améliorer la qualité des traductions dans ce domaine.

A.1 Sélection des corpus

- **Types de supports** : une variété de supports numériques touristiques, tels que des applications et des blogs de voyage multilingues, des sites web de destinations de voyage, des guides touristiques numériques, des forums de voyage et des contenus sur les réseaux sociaux.
- **Langues représentatives** : Inclure des supports en anglais et en français, en mettant ainsi l'accent sur les langues majoritaires.
- **Genres et formats** : Sélectionner des textes de différents genres (descriptions d'attractions, articles de blog, avis d'utilisateurs) pour analyser comment la pluralité linguistique se manifeste à travers divers formats et styles.

A.2 Critères d'évaluation

- **Fidélité et précision** : Évaluer si la traduction respecte le sens original du texte source, tout en tenant compte des spécificités culturelles de chaque langue.
- **Adaptation culturelle** : Analyser comment les traductions intègrent des références culturelles locales et s'adaptent aux attentes des utilisateurs de différentes régions.
- **Lisibilité et fluidité** : Mesurer la clarté et la fluidité des traductions, en vérifiant si elles sont compréhensibles et accessibles pour le public cible.
- **Réception par les utilisateurs** : Considérer les retours et avis des utilisateurs sur les traductions, en examinant comment celles-ci influencent l'expérience touristique et la satisfaction des clients.

B. Études de cas

Pour illustrer concrètement l'impact de la pluralité linguistique et le rôle crucial de la traduction dans les supports touristiques numériques, nous allons explorer une étude de cas approfondie. Cette analyse mettra en lumière comment les stratégies linguistiques mises en œuvre influencent l'expérience des utilisateurs et la perception des destinations, tout en soulignant les défis et les opportunités rencontrés dans un environnement multilingue.

B.1 Applications de voyage :

Dans l'examen de diverses applications de voyage, plusieurs exemples mettent en lumière la manière dont la pluralité linguistique est valorisée. De plus, cette pluralité linguistique influence significativement la qualité et l'efficacité des traductions. Voici quelques études de cas à cet égard :

- **Cas 1 : Booking.com**

L'application de réservation Booking.com illustre la pluralité linguistique en adoptant une méthode de traduction automatisée, complétée par une révision effectuée par des experts humains. Par exemple, dans la description : "Nos chambres offrent une *cozy* ambiance pour

un séjour relaxant.", le mot "*cozy*" est souvent utilisé en français pour décrire une ambiance chaleureuse, ajoutant une touche moderne à la description. En outre, dans la phrase "Profitez de notre *room service* disponible 24h/24.", l'usage de "*room service*" est courant en français, apportant une connotation internationale et une familiarité pour les voyageurs. Le terme "*workshop*", dans la phrase "Participez à nos *workshops* de cuisine locale.", est intégré dans le vocabulaire français, soulignant une tendance à utiliser des termes anglais pour désigner des activités interactives. Le terme "*Lounge bar*" dans la phrase "Dégustez nos plats au *lounge bar* élégant.", est un terme qui évoque une ambiance moderne et décontractée, souvent plus percutant pour attirer une clientèle jeune. Ainsi, la description des hôtels illustre la richesse de la pluralité linguistique et les nuances culturelles, en intégrant des éléments spécifiques qui parlent à un public diversifié. Enfin, des références telles que "spécialités méditerranéennes et andalouses" et "touches arabes et andalouses" évoquent une fusion culturelle, soulignant l'histoire et l'architecture de la région.

Par ailleurs, en comparant les traductions des descriptions d'hôtels du français vers l'anglais, on observe que certaines nuances culturelles peuvent être perdues. Par exemple, des termes comme "chambres cocooning" sont traduits par "cozy rooms", ce qui, bien que correct, ne transmet pas entièrement l'aspect intime et chaleureux évoqué dans la langue source. Cette analyse souligne l'importance de conserver les connotations culturelles spécifiques lors de la traduction. En outre, l'utilisation de termes comme "buffet" et "à la carte" reflète des concepts culinaires qui peuvent varier d'une culture à l'autre. L'expression française "Chambres avec vue sur la mer" peut évoquer une expérience romantique et sereine, tandis qu'en anglais, "ocean view" est plus factuel, sans la même connotation de tranquillité. De même, l'expression "Vue imprenable" en français souligne non seulement la beauté, mais aussi l'importance de la perspective dans l'expérience. "Breathtaking view" en anglais, bien que poétique, peut sembler plus descriptif et moins ancré dans un contexte émotionnel ou culturel. L'adjectif "Convivial" dans l'expression "Ambiance conviviale" implique une chaleur humaine et une interaction sociale, alors que "friendly atmosphere" peut se limiter à une simple courtoisie sans la profondeur relationnelle. L'expression "Espace de bien-être" implique une approche holistique de la santé, intégrant le corps et l'esprit, alors que "wellness area" en anglais peut se concentrer davantage sur les aspects physiques, comme les installations de fitness. De plus, dans l'expression "Spa de luxe avec soins personnalisés", le terme "soins personnalisés" en français évoque une attention méticuleuse aux besoins individuels du client, tandis que "Luxury spa personalized treatments" en anglais peut sembler plus standardisé. La nuance culturelle ici réside dans l'idée que le français valorise une expérience plus intime et sur mesure.

• Cas 2 : Airbnb

Airbnb propose des descriptions de logements qui doivent être adaptées à des publics variés. Une étude des traductions de "salle de bain partagée" en anglais montre que la traduction directe "shared bathroom" peut être perçue différemment selon les contextes culturels. Dans certains pays, cela pourrait susciter des réserves, tandis que dans d'autres, cela est tout à fait acceptable. Il est donc crucial que les traducteurs comprennent les implications culturelles derrière les termes pour éviter des malentendus. Par ailleurs, La traduction de "chambre mixte" en anglais par "mixed dorm" peut varier en acceptabilité selon les cultures. Dans certains pays, cela est courant et accepté, tandis que dans d'autres, cela peut éveiller des préoccupations. Il est essentiel que les traducteurs soient conscients de ces différences culturelles pour éviter des malentendus. Les "salles de sport" sont souvent décrites dans ce site. La traduction en anglais par "fitness center" peut ne pas évoquer la même image dans toutes les cultures. Dans certains endroits, cela suggère un espace haut de gamme, tandis que dans d'autres, cela peut sembler basique. Il est donc crucial de comprendre le contexte culturel

pour éviter des malentendus. De même, les activités touristiques, utilisant le terme "visite guidée" souvent incluses dans les descriptions d'hôtel. La traduction en anglais "guided tour" peut être interprétée de manière différente selon les attentes culturelles. Dans certaines cultures, cela implique une expérience immersive et enrichissante, tandis que dans d'autres, cela peut être perçu comme une simple activité commerciale. Une compréhension approfondie des différences culturelles est donc essentielle pour une traduction réussie.

Ces études de cas montrent que la traduction dans le domaine des applications de voyage nécessite une attention particulière aux nuances culturelles et linguistiques. Les erreurs ou approximations dans la traduction peuvent affecter la compréhension des utilisateurs et, par conséquent, leur expérience. Par conséquent, il est essentiel d'adopter une méthodologie qui inclut une analyse contextuelle des termes et des expressions, afin de garantir que les traductions soient non seulement correctes sur le plan linguistique, mais aussi adaptées culturellement.

B.2 Contenu des réseaux sociaux : pratiques linguistiques :

Dans cette section, nous nous pencherons sur le contenu des réseaux sociaux en examinant les pratiques linguistiques observées dans les publications et contenus générés par les utilisateurs sur des plateformes telles qu'Instagram et Facebook. Cette analyse mettra en lumière la diversité linguistique et les stratégies de communication adaptées aux différentes audiences, révélant ainsi comment ces pratiques enrichissent l'expérience touristique et favorisent l'engagement des voyageurs.

❖ Utilisation des Hashtags Multilingues

Sur Instagram et Facebook, les utilisateurs intègrent souvent des hashtags dans plusieurs langues pour atteindre un public plus large. A titre d'exemple, nous citons cette publication **"Exploring the beauty of the Sahara! #Sahara #Désert #Aventure"**. Ainsi, la pluralité linguistique se manifeste clairement à travers l'utilisation de hashtags en anglais et en français illustrant une volonté d'inclure des locuteurs de différentes langues, reflétant ainsi une diversité culturelle. Cela permet aux utilisateurs de découvrir le contenu, quel que soit leur langue maternelle, et favorise l'engagement global. A cet effet, ils peuvent se servir de la traduction automatique.

❖ Légendes Multilingues

Les publications incluent souvent des légendes dans plusieurs langues pour toucher divers groupes culturels. Par exemple : la légende : **"La beauté de la Casbah d' Alger est incroyable! / The beauty of the Casbah of Algiers is amazing!"**. En utilisant les deux langues, l'auteur s'assure que les locuteurs de chaque langue peuvent apprécier le contenu sans barrière linguistique en mettant l'accent sur l'inclusivité. En outre, cela montre une ouverture à la diversité et une reconnaissance des différentes cultures qui composent la communauté des voyageurs.

❖ Échanges Culturels dans les Commentaires

Les utilisateurs commentent souvent dans des langues différentes, créant un dialogue multilingue. Nous citons ce commentaire en Français : **"C'est magnifique! Je rêve d'y aller un jour."**, et la réponse en Anglais : **"You should definitely visit! It's an unforgettable experience!"**. Ce type d'échange illustre une dynamique culturelle et favorise la compréhension interculturelle, permettant aux utilisateurs de partager des expériences et des

recommandations dans leur langue respective. Ainsi, cela crée une communauté dynamique et engageante où chacun se sent valorisé.

❖ **Hashtags Culturels Spécifiques**

Les utilisateurs peuvent intégrer des hashtags qui reflètent des événements culturels ou des traditions locales. Par exemple la légende : **"Join us for the Fête de la Musique! #FêteDeLaMusique #MusicFestival #Culture"** qui met en valeur la culture et favorise l'attractivité puisque l'utilisation de hashtags qui incluent des termes spécifiques à la culture française montre un effort pour promouvoir des événements locaux à un public international et attire l'attention sur des événements culturels, encourageant les utilisateurs à en apprendre davantage et à participer.

❖ **Évolution des Tendances Linguistiques**

Les publications peuvent également refléter des tendances linguistiques, comme l'utilisation de l'anglais comme lingua franca. **"Visit the Pyramids of Egypt! #Pyramids #Egypt #Adventure"**. Il est à noter que l'usage de l'anglais dans les hashtags et les légendes témoigne de sa position comme langue de communication mondiale dans le tourisme et cela rend le contenu accessible à un public plus large, tout en maintenant des références culturelles locales.

L'analyse des hashtags et des légendes multilingues sur Instagram et Facebook montre comment les utilisateurs intègrent plusieurs langues dans leurs publications, reflétant ainsi la diversité culturelle. Cette approche favorise l'engagement, l'inclusivité et la valorisation des cultures, tout en rendant le contenu touristique plus accessible à un public international.

B.3 Sites Web de destinations touristiques :

Voici une analyse de la qualité et de la pertinence des traductions sur des sites web de destinations touristiques, tels que ceux des offices de tourisme :

- **Office de Tourisme de Paris :**
 - **Langues disponibles :** Français, Anglais, Allemand, Espagnol.
 - **Qualité des traductions :** Les traductions en anglais sont généralement précises et fluides. Cependant, certaines sections manquent de détails culturels, par exemple, la description des monuments comme la Sainte-Chapelle. La mention de l'importance historique des vitraux n'est pas toujours incluse.
- **Visit London :**
 - **Langues disponibles :** Anglais, Français, Allemand, Espagnol, Italien.
 - **Qualité des traductions :** Les traductions en français sont correctes mais parfois trop littérales. Par exemple, "West End theatres" est traduit par "théâtres de l'Ouest", ce qui peut prêter à confusion.
- **Tourisme Québec**
 - **Langues disponibles :** Français, Anglais, Allemand, Chinois.
 - **Qualité des traductions :** Les traductions en anglais sont généralement bonnes, mais certaines expressions idiomatiques françaises ne se traduisent pas bien. Par exemple, "joie de vivre" est souvent traduit simplement par "joy of living", perdant ainsi sa signification culturelle. En outre, les références à des festivals locaux ne sont pas toujours bien traduites, ce qui peut nuire à la compréhension de l'expérience culturelle.
- **Office de Tourisme de Barcelone**
 - **Langues disponibles :** Catalan, Espagnol, Anglais, Français, Allemand.
 - **Qualité des traductions :**

- Les traductions en anglais sont en général de bonne qualité, mais certaines sections sur l'architecture de Gaudí peuvent manquer de détails. Par exemple, "Sagrada Familia" est souvent mentionnée sans expliquer son importance. De plus, des termes comme "modernisme" ne sont pas toujours bien expliqués, laissant les lecteurs étrangers dans le flou.
- **Office national du Tourisme en Algérie :**
L'Office National du Tourisme en Algérie (ONT) est l'entité responsable de la promotion et du développement du tourisme dans le pays.
- **Langues Disponibles :** Arabe, Français, Anglais.
- **Qualité des Traductions :** Les traductions en français et en anglais sont en général de bonne qualité, mais certaines sections sont parfois trop succinctes et manquent de détails.

L'analyse des sites web d'offices de tourisme montre que, bien que les traductions soient souvent précises, elles peuvent manquer de profondeur culturelle et de détails contextuels. Une attention particulière à ces éléments est essentielle pour offrir une expérience complète et engageante aux visiteurs internationaux.

B.4 Forums de Voyage :

Il existe plusieurs exemples de la pluralité linguistique dans les discussions sur des forums, comme Lonely Planet ou Tripadvisor, ce qui est susceptible d'enrichir les échanges. Par exemple, dans le domaine des recommandations de restaurants, un utilisateur français écrit : "Je recommande le restaurant 'Chez Janine' pour ses plats traditionnels. Leur ratatouille est incroyable !", tandis qu'un utilisateur anglais dit : "I recommend the restaurant 'Chez Janine' for its traditional dishes. Their ratatouille is amazing !" Nous notons que l'utilisation du terme "ratatouille" en anglais illustre la pluralité linguistique, car il reste inchangé et évoque une image culturelle spécifique, enrichissant ainsi la discussion. Dans le domaine de l'hébergement, un commentaire français mentionne : "L'auberge Backpackers à Marrakech est vraiment conviviale.", tandis qu'un commentaire anglais précise : "The Backpackers hostel in Marrakech is really friendly." Il convient de noter que le mot "Backpackers" est utilisé dans les deux langues, reflétant une terminologie internationale qui transcende les barrières linguistiques et attire une clientèle jeune. Concernant les activités touristiques, un utilisateur français conseille : "Ne manquez pas la visite du Souk, c'est une expérience unique !", alors qu'un utilisateur anglais écrit : "Don't miss the visit to the Souk, it's a unique experience !" Le terme "Souk" est utilisé en français et en anglais, illustrant comment un mot culturellement spécifique est adopté dans d'autres langues, enrichissant la compréhension des traditions locales. Ces exemples montrent comment la pluralité linguistique enrichit les échanges sur des forums de voyage, et l'utilisation de termes culturels spécifiques permet de créer des connexions entre les locuteurs de différentes langues, facilitant ainsi la compréhension et l'appréciation des expériences partagées.

B.5 Guides Touristiques Numériques :

Voici des exemples de pluralité linguistique dans des guides touristiques numériques, accompagnés d'une analyse de la fidélité des traductions des descriptions de sites patrimoniaux. Par exemple, pour le site patrimonial des Ruines de Timgad, un utilisateur français écrit : "Les ruines de Timgad sont un exemple impressionnant de l'urbanisme romain, avec ses temples, théâtres et mosaïques.", tandis qu'un utilisateur anglais traduit cela par : "The ruins of Timgad are an impressive example of Roman urban planning, featuring temples, theaters, and mosaics." L'analyse révèle que, bien que la traduction soit fidèle, le terme "urbanisme romain" pourrait être précisé en anglais par "Roman city planning" pour une meilleure clarté ; de plus, la mention des "mosaïques" est appropriée, mais une explication

supplémentaire sur leur signification dans le contexte romain enrichirait l'expérience des lecteurs anglophones. Pour le site de la Casbah d'Alger, le français indique : "La Casbah d'Alger est un quartier historique inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO, connu pour son architecture mauresque.", et en anglais, cela devient : "The Casbah of Algiers is a historic district listed as a UNESCO World Heritage site, known for its Moorish architecture." Bien que la traduction soit globalement correcte, le terme "Moorish" peut ne pas être familier à tous les lecteurs ; ainsi, une explication sur l'influence mauresque et son importance historique serait bénéfique. Concernant un autre site, le terme "chef-d'œuvre" pourrait être enrichi par une mention de son rôle dans la culture marocaine, notamment son utilisation par des sultans. Enfin, pour les Gorges du Todra, le commentaire français mentionne : "Les Gorges du Todra sont un lieu de randonnée prisé, entouré de falaises impressionnantes.", tandis que l'anglais traduit cela par : "The Todra Gorges are a popular hiking destination, surrounded by impressive cliffs." Bien que la traduction soit correcte, "lieu de randonnée prisé" pourrait être reformulé en "popular trekking spot" pour mieux correspondre au vocabulaire anglophone, et une mention des communautés berbères vivant à proximité pourrait enrichir la compréhension du site. Ces exemples montrent l'importance d'une traduction précise et contextuelle pour favoriser la pluralité linguistique dans les guides touristiques numériques.

L'analyse montre que, bien que les traductions des descriptions de sites patrimoniaux soient souvent fidèles, elles manquent parfois de détails culturels et contextuels essentiels. Une attention particulière à ces éléments pourrait améliorer l'expérience des lecteurs d'autres langues, rendant les descriptions plus accessibles et enrichissantes.

Conclusion

En somme, cette étude met en lumière l'importance cruciale de la pluralité linguistique et de la traduction dans le secteur du tourisme numérique. À l'ère où les interactions se multiplient sur des plateformes digitales, il est impératif que les acteurs du tourisme reconnaissent et intègrent la diversité linguistique dans leurs stratégies de communication. Les analyses réalisées démontrent que des traductions précises et culturellement adaptées favorisent une meilleure compréhension et une expérience enrichissante pour les voyageurs multilingues. Les défis identifiés, tels que la perte de nuances culturelles dans les traductions et les barrières linguistiques, soulignent la nécessité d'une approche proactive. En adoptant des bonnes pratiques de traduction et en sensibilisant les professionnels du tourisme à l'importance de la diversité linguistique, il est possible d'améliorer l'engagement des utilisateurs et de promouvoir une expérience touristique authentique. Enfin, à l'avenir, il sera essentiel de continuer à développer des outils et des ressources qui soutiennent la pluralité linguistique, tout en respectant et en valorisant les cultures locales. En intégrant ces éléments dans leurs offres, les acteurs du secteur pourront non seulement enrichir l'expérience des voyageurs, mais également contribuer à un tourisme plus inclusif et durable.

Bibliographie

BAKER Mona, 2021, *Translation and the digital age: opportunities and challenges*, Routledge.

BAKER Mona, 2011, *In other words: A coursebook on translation*, Routledge.

BUZZ, 2024, *Dive into beauty: How the art of audiovisual production revolutionizes tourism*. Disponible sur <<https://buzz.cr/dive-into-beauty-how-the-art-of-audiovisual-production-revolutionizes-tourism/>> , [consulté le 02/05/2025].

CAHIERS PEDAGOGIQUES, 1970, N°93. Université de Michigan.

CRISP Rachael, 2020, *Languages in the digital age: The impact of technology on linguistic diversity*. Cambridge University Press.

CULTURE TRIP, 2023, *21 Best free travel apps that everyone should get before their next trip!* Disponible sur <<https://theunexploredbackyard.com/best-free-travel-apps/>>, [consulté le 03/05/2025].

GILE Daniel, 2009, *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. John Benjamins Publishing.

GONZALEZ María, 2022, *Language policy in the digital era: strategies for promoting linguistic diversity*. Multilingual Matters.

GRIN François, 2019, *The economics of multilingualism: understanding language diversity in globalization*, Palgrave Macmillan.

JIMENEZ-CRESPO Mà, 2025, « Human-centered AI and the future of translation technologies: what professionals think about control and autonomy in the AI era », *Information*, n°16 (5), p. 387

LECLERCQ Jean-Michel, 2006, *Figures de l'interculturel dans l'éducation*, France, Conseil de l'Europe.

MANET TRAVEL, 2025, *Explore new destinations with digital travel guides*. Disponible sur <<https://about.manet.travel/explore-new-destinations-with-digital-travel-guides/?lang=en>>, [consulté le 03/05/2025].

PCMAG, 2025, *The best travel apps for 2025*. Disponible sur <<https://www.pcmag.com/picks/best-travel-apps>>, [consulté le 03/05/2025].

SCHNEIDERS SPRACH SERVICE, 2023, *Overcoming language barriers in tourism: strategies for success*, Disponible sur <<https://www.schneiderssprachservice.com>>, [consulté le 03/05/2025].

SERBAN Adriana, 2011, *Traduction et médias audiovisuels*, Presses Universitaires du Septentrion.

SMARTGUIDE, 2024, *5 Best tour guide apps in 2025 - where to publish your destination's guide*. Disponible sur <<https://blog.smart-guide.org/en/5-best-tour-guide-apps-in-2024-where-to-publish-your-destinations-guide>>, [consulté le 02/05/2025].

THE DESIGN TOURIST, 2023, *Enhancing tourist experiences through visual communication*, Disponible sur <<https://www.thedesigntourist.com>>, [consulté le 03/05/2025].

VISIT FINLAND, 2023, *6 Tourism websites to inspire your brand's visual storytelling strategy*. Disponible sur <<https://go.photoshelter.com/brands/blog/best-travel-websites-using-visual-content/>>, [consulté le 03/05/2025].

VOX TOURS, 2024, *Multilingual tourism: A key to global competitiveness*, Disponible sur <<https://www.voxtours.com>>, [consulté le 03/05/2025].

YVON François, 2023, *La traduction multilingue : analyse d'une prouesse technologique*. MediAzioni, n°39, p. 17-34.

ŽERAJIC Adriana 2019, *Language and tourism: the importance of communication in a multilingual context*, *Journal of Tourism and Language*, n°5, p. 45-58.